

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEUNTUNGAN USAHA PADA KLASER
INDUSTRI PENGOLAHAN KOPI DI
KABUPATEN TEMANGGUNG**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat untuk
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Oleh :

THITHUT LAKSONO HANDITO
F0107089

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

commit to user
2011

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEUNTUNGAN USAHA PADA KLASER
INDUSTRI PENGOLAHAN KOPI DI
KABUPATEN TEMANGGUNG**



Surakarta, 31 Mei 2011

Disetujui dan diterima

Pembimbing

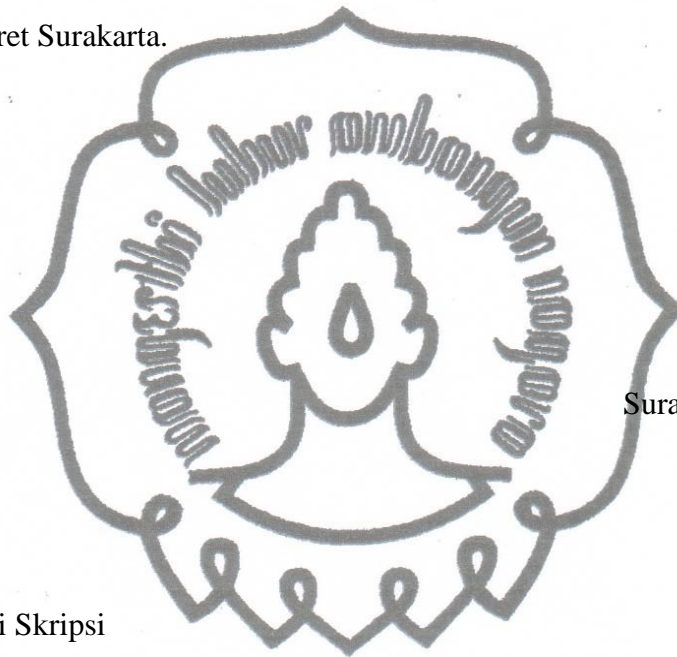
A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Yunastiti' followed by a stylized flourish.

Dr. Yunastiti Purwaningsih, M.P.

commit to use NIP.19590613 198403 2 001




HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta, guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sebelas Maret Surakarta.



Surakarta, 7 Juli 2011

Tim Penguji Skripsi

- | | | |
|---|------------|---|
| 1. Drs. Mugi Raharjo, M.Si.
NIP. 19491227 198203 1 002 | Ketua | () |
| 2. Dr. Yunastiti Purwaningsih, M.P.
NIP. 19590613 198403 2 001 | Pembimbing | () |
| 3. Suryanto, SE M.Si.
NIP. 19750122 200812 1 002 | Sekretaris | () |

HALAMAN PERSEMBAHAN

Buah karya ini kupersembahkan kepada :

1. Keluarga tercinta Bapak Yunantono dan Ibu Eny Suryantini, serta kedua adikku, Mahdiannoor Artati dan Muhammad Rayhan Ramadhan yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus.
2. Keluarga besar Bapak Jazari dan Bapak Suwito Hardjono yang selalu mendukung dan mendoakan untuk kesuksesanku.
3. Perempuan spesial “Auvika Tia Rizki” yang telah memberikan cinta dan kasih sayang serta selalu memberikan semangat setiap saat.
4. Teman-teman di Kos Dewantoro (Febri Adhi, Masruri Abdul Ghani, Mang Esty, Novian, Bagus, Tomi, Supri, Mang Aris, Baskoro, Yudie, Ucup, Doni, Dio, Raga, Bono, Joko, Yopie, dan Bayu) terima kasih telah menjadi keluarga kecil selama di Solo. Kebersamaan yang tak akan pernah terlupakan.
5. Teman-Teman seperjuangan Ekonomi Pembangunan 2007 (Rendi, Ari, Desta, Anind, Andry, Eliza, Vina, Benedictus, Wahyu, Galih, Faisal, Angga, Johan, Andhika, Lia, Sutarni, Faya dan teman-teman di kelas A dan B yang telah mengisi suka dan duka selama kuliah di Fakultas Ekonomi UNS.
6. Teman-teman di “*Chaw Out Community*” Toufan Dj, Milly, Ivan, Diana, Arif, Faris, Trisu, Bobi, Rico, dll jangan lupa slogan kita “karena silaturahmi adalah segalanya”.
7. Terakhir kepada Almamaterku Universitas Sebelas Maret Surakarta.

MOTTO

Yang lalu biarlah berlalu,

Hari ini milik anda,

Biarkan masa depan datang sendiri

(DR. 'Aidh al-Qarni, dalam "La Tahzan")

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

(QS Alam Nasroh : 6)

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman dan orang-orang yang berilmu
pengetahuan beberapa derajat

(QS Al Mujaadilah : 11)

Mimpi adalah kunci

Untuk kita menaklukkan dunia

Berlarilah Tanpa lelah

Sampai engkau meraihnya

(Giring "Nidji")

KATA PENGANTAR

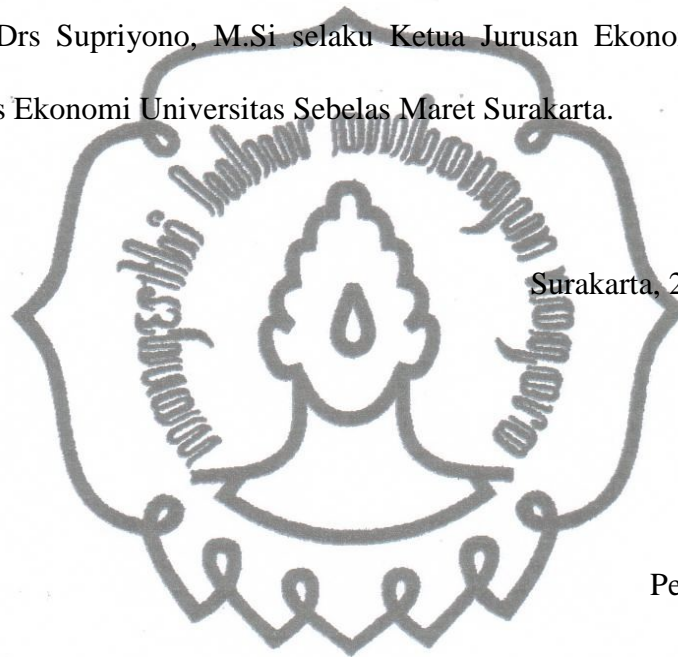
Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha pada Klaster Industri Pengolahan Kopi Di Kabupaten Temanggung”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik, namun dalam penyusunan skripsi ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan karena banyaknya kesulitan dan hambatan yang harus dilalui. Berkat adanya bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, maka akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yunastiti Purwaningsih, M.P. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing penulis. Terima kasih atas saran, kritik dan perhatiannya selama penulis menyelesaikan skripsi. Semoga menjadi ilmu yang sangat bermanfaat.

2. Bapak Drs. Mugi Raharjo, M.Si selaku Ketua pelaksanaan ujian pendadaran.
Terima kasih telah menguji skripsi ini dan memberikan nilai maksimal kepada penulis.
3. Bapak Suryanto, SE M.Si selaku sekretaris pelaksanaan ujian pendadaran.
Terima kasih telah menguji skripsi ini dan memberikan nilai maksimal kepada penulis.
4. Bapak Drs Supriyono, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.



Surakarta, 2 Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
1. Teori Produksi	11
a. Pengertian Teori Produksi	11
b. Fungsi Produksi	12
c. Fungsi Produksi Cobb-Douglas	13
d. Pendapatan	15

commit to user

e. Biaya Produksi	17
f. Keuntungan	19
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan	20
a. Modal Usaha.....	20
b. Pengalaman Usaha	22
c. Tenaga Kerja	23
d. Tingkat Pendidikan.....	24
e. Kemitraan Usaha	25
f. Teknologi.....	29
g. Jangkauan Pemasaran.....	30
1) Jangkauan Pemasaran Domestik	32
2) Jangkauan Pemasaran Ekspor	33
3. Klaster	34
a. Konsep Klaster	34
b. Tipe Klaster	35
c. Pembentukan Klaster Industri	37
d. Karakteristik Klaster	38
e. Keterkaitan Industri dalam Klaster	39
4. Gambaran Umum Tanaman Kopi	44
a. Jenis-Jenis Kopi	44
b. Manfaat Kopi	45
c. Iklim	45
d. Proses Pengolahan Kopi	46
5. Industri Pengolahan Kopi	47

commit to user

6. Penelitian Terdahulu	49
7. Kerangka Pemikiran.....	51
B. Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Ruang Lingkup Penelitian	54
B. Jenis dan Sumber Data	54
C. Teknik Pengambilan Sampling	54
D. Teknik Pengumpulan Data.....	56
E. Definisi Operasional Variabel.....	56
F. Alat Analisis	59
1. Analisis Regresi Linier Berganda	59
a. Uji Asumsi Klasik	60
b. Uji Statistik.....	62
2. Analisis Uji Beda Dua Mean.....	67
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Kabupaten Temanggung	70
1. Letak Geografis	70
2. Aspek Demografi	71
a. Jumlah Penduduk	71
b. Jumlah Penduduk Menurut Umur	72
c. Kepadatan Penduduk	73
d. Jumlah Penduduk Menurut Lapangan Usaha	74
3. Aspek Perekonomian	75
a. Pertumbuhan Ekonomi	75

commit to user

b. PDRB.....	77
B. Karakteristik Responden	80
1. Umur dan Jenis Kelamin	80
2. Jenis Usaha	81
3. Modal	82
4. Pengalaman Usaha	83
5. Tingkat Pendidikan	84
6. Penggunaan Teknologi	84
7. Kemitraan Usaha	85
8. Jangkauan Pemasaran	85
9. Produksi	86
10. Biaya	87
11. Keuntungan	88
12. Hambatan Usaha	88
C. Analisis Data dan Pembahasan	91
1. Analisis Regresi linier Berganda	91
a. Hasil Analisis Regresi	92
2. Analisis Uji Beda Dua Mean	105
a. Produksi	106
b. Biaya	107
c. Keuntungan	108
BAB V PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	111

commit to user

DAFTAR PUSTAKA	113
----------------------	-----

LAMPIRAN	
----------	--



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Produksi Kopi, Jumlah Ekspor Kopi dan Nilai Devisa Kopi Di Indonesia pada Tahun 2000-2008	3
Tabel 1.2	Banyaknya Unit Usaha Industri dan Tenaga Kerja Dirinci Menurut Klasifikasi Industri di Kabupaten Temanggung Tahun 2005-2009	6
Tabel 1.3	Struktur PDRB kabupaten Temanggung tahun 2005-2007	7
Tabel 3.1	Jumlah Pengusaha di Dalam Klaster Industri Pengolahan Kopi	55
Tabel 4.1	Luas Wilayah Seluruh Kecamatan di Kabupaten Temanggung	71
Tabel 4.2	Jumlah penduduk Kabupaten Temanggung tahun 2000-2009	72
Tabel 4.3	Jumlah Penduduk Kabupaten Temanggung Menurut Umur dan Jenis Kelamin tahun 2009	73
Tabel 4.4	Distribusi dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Temanggung Tahun 2009	74
Tabel 4.5	Penduduk Usia 10 Tahun Ke atas yang Bekerja Menurut Lapangan Usaha Di Kabupaten Temanggung Tahun 2009	75
Tabel 4.6	Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Temanggung Tahun 2005-2009	76
Tabel 4.7	Pertumbuhan Ekonomi Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Temanggung Tahun 2005-2009	77
Tabel 4.8	Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku Di Kabupaten Temanggung Tahun 2009	78

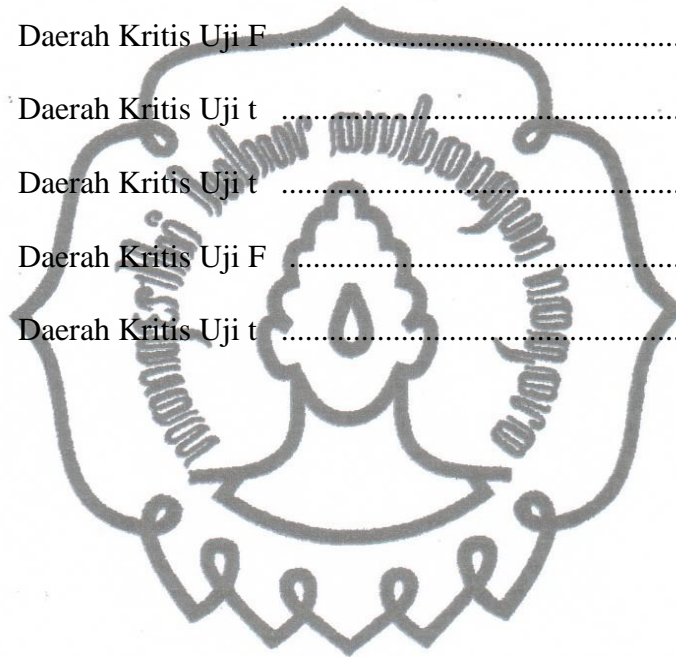
Tabel 4.9	Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan 2000 Di Kabupaten Temanggung Tahun 2009	79
Tabel 4.10	Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.11	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Usaha dan Jenis Kelamin ..	82
Tabel 4.12	Jumlah Responden Berdasarkan Modal Usaha	83
Tabel 4.13	Jumlah Responden Menurut Pengalaman Usaha	83
Tabel 4.14	Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	84
Tabel 4.15	Jumlah Responden Berdasarkan Penggunaan Teknologi	85
Tabel 4.16	Jumlah Responden Berdasarkan Kemitraan Usaha	85
Tabel 4.17	Jumlah Responden Berdasarkan Jangkauan Pemasaran	86
Tabel 4.18	Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Produksi	87
Tabel 4.19	Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Biaya	87
Tabel 4.20	Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Keuntungan	88
Tabel 4.21	Jumlah Responden Berdasarkan Hambatan Faktor Cuaca	89
Tabel 4.22	Jumlah Responden Berdasarkan Hambatan Faktor Pemasaran	89
Tabel 4.23	Jumlah Responden Berdasarkan Hambatan Harga Produk Tidak Stabil	90
Tabel 4.24	Jumlah Responden Berdasarkan Hambatan Harga Pupuk Tinggi	91
Tabel 4.25	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	92
Tabel 4.26	Hasil Uji Kautsoyiannis	93

Tabel 4.27 Hasil Uji LM ARCH	94
Tabel 4.28 Hasil Uji Breusch-Godfrey	94
Tabel 4.29 Rata-Rata Hasil Produksi Menurut Jangkauan Pemasaran	106
Tabel 4.30 Rata-Rata Hasil Biaya Menurut Jangkauan Pemasaran	107
Tabel 4.31 Rata-Rata Jumlah Keuntungan Menurut Jangkauan Pemasaran	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Pendapatan Total, Pendapatan Rata-Rata, dan Pendapatan Marginal	17
Gambar 2.2 Skema Klaster Industri	41
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 3.1 Daerah Kritis Uji F	64
Gambar 3.2 Daerah Kritis Uji t	66
Gambar 3.3 Daerah Kritis Uji t	67
Gambar 4.1 Daerah Kritis Uji F	95
Gambar 4.2 Daerah Kritis Uji t	96



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan ekonomi daerah pada akhir-akhir ini menghadapi berbagai tantangan baik secara internal maupun eksternal. Tantangan tersebut dilatarbelakangi oleh masalah kesenjangan dan globalisasi. Kesenjangan dan globalisasi dapat berimplikasi pada pelaksanaan percepatan pembangunan ekonomi daerah. Melalui pengembangan ekonomi daerah berdasarkan potensi sektor unggulan yang dimiliki oleh masing-masing daerah diharapkan dapat meningkatkan keunggulan potensi daerah.

Pembangunan ekonomi sebagai suatu proses berdimensi jamak yang melibatkan pembangunan-pembangunan besar dalam struktur sosial, sikap masyarakat dan kelembagaan nasional seperti halnya percepatan pertumbuhan ekonomi, pengurangan ketidakmerataan, dan pemberantasan kemiskinan yang absolut (Todaro, 1995:190). Pembangunan yang dilaksanakan secara terpadu dan mencakup semua bidang. Dengan demikian, pembangunan ekonomi merupakan tahapan proses yang mutlak dilakukan oleh suatu bangsa untuk dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan seluruh rakyat. Pembangunan ekonomi suatu negara tidak dapat hanya dilakukan dengan tekad yang kuat dari seluruh rakyat untuk membangun, tetapi lebih dari itu harus didukung pula oleh ketersediaan sumber daya ekonomi, baik sumber daya alam, sumberdaya manusia, maupun sumber daya modal yang produktif. Dengan kata lain, tanpa adanya daya dukung yang cukup kuat dari sumberdaya ekonomi yang produktif, pembangunan ekonomi sulit untuk dapat dilaksanakan dengan baik dan memuaskan.

commit to user

Teori pembangunan menyebutkan bahwa sektor pertanian dan perkebunan merupakan penggerak pembangunan (*engine of growth*) baik dari segi penyediaan bahan baku, kesempatan kerja, bahan pangan, serta sebagai daya beli bagi produk yang dihasilkan oleh sektor lain. Secara alamiah pembangunan harus didukung oleh berkembangnya sektor pertanian yang kuat baik segi penawaran maupun dari segi permintaan. Dengan kuatnya sektor pertanian dipandang dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan maka pertanian akan mampu mendukung dan membuat jalinan dengan sektor kegiatan ekonomi lain (Sumodiningrat dan Kuncoro, 1991).

Seperti yang telah diketahui bahwa Indonesia memiliki potensi alamiah yang bagus untuk mengembangkan sektor pertanian dan perkebunan. Indonesia memiliki jenis tanah yang mampu menyuburkan tanaman, sinar matahari yang konsisten sepanjang tahun, kondisi iklim yang memenuhi persyaratan tumbuh tanaman, dan curah hujan rata-rata per tahun yang cukup tinggi. Semua kondisi itu merupakan faktor-faktor ekologis yang baik untuk membudidayakan tanaman perkebunan.

Tanaman perkebunan merupakan komoditas yang menjadi andalan sebagai sumber devisa bagi Indonesia. Hasil perkebunan dapat digunakan untuk perdagangan maupun industri. Salah satu tanaman perkebunan yang menjadi komoditas ekspor yaitu tanaman kopi. Kopi banyak dihasilkan di seluruh daerah di Indonesia.

Menurut Wordbank, Indonesia menjadi eksportir kopi ke-4 dunia untuk periode tahun 2005-2008 dengan *share* rata-rata 4,76 persen. Pada urutan pertama masih di tempati Brasil dengan *share* rata-rata sebesar 24,30 persen, sedangkan untuk urutan kedua dan ketiga di tempati negara Vietnam dengan *share* rata-rata 17,94 persen, kemudian Columbia dengan *share* rata-rata 10,65 persen. Negara utama tujuan ekspor kopi Indonesia adalah Amerika Serikat dengan *share* rata-rata sebesar 19,35

commit to user

persen dari total ekspor kopi Indonesia. Tujuan ekspor kopi Indonesia untuk kawasan Asia yakni negara Jepang dengan *share* rata-rata 14,35. Selain itu, tujuan ekspor kopi Indonesia juga mencapai daerah Eropa, yaitu Jerman dan Italia dengan *share* rata-rata 15,88 persen dan 6,71 persen (Hadiutomo, 2010).

Sementara itu, hasil produksi kopi di Indonesia sampai akhir tahun 2008 mencapai 682,938 ton dengan nilai devisa kopi mencapai US\$ 931.575 (Departemen Pertanian, 2009). Hasil produksi, jumlah ekspor dan nilai devisa kopi Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Jumlah Produksi Kopi, Jumlah Ekspor Kopi dan Nilai Devisa Kopi Di Indonesia pada Tahun 2000-2008

Tahun	Jumlah Produksi Kopi di Indonesia (ton)	Jumlah Ekspor Kopi di Indonesia (ton)	Nilai Devisa Kopi (dalam ribu US\$)
2000	554,574	339,201	318,895
2001	569,234	250,817	188,492
2002	682,019	325,010	223,917
2003	671,255	323,904	259,107
2004	647,386	344,077	294,114
2005	640,235	445,930	504,407
2006	682,158	414,105	588,502
2007	676,476	320,850	635,067

commit to user

2008	682,938	339,135	931,575
------	---------	---------	---------

Sumber : Departemen Pertanian (2009)

Terdapat beberapa tipe perkebunan yang dapat dibedakan menjadi dua yaitu perkebunan besar dan perkebunan rakyat. Luas dan produksi perkebunan besar di Jawa Tengah pada tahun 2008 pada umumnya mengalami penurunan dibanding dengan luas tanaman dan produksi tahun sebelumnya. Peningkatan luas tanam untuk perkebunan besar dialami pada karet, teh, cengkeh, sedangkan luas dan produksi tanaman perkebunan rakyat selama tahun 2004 sampai dengan 2008 di Jawa Tengah mengalami fluktuasi. Di lihat dari sisi luas, tanaman perkebunan rakyat yang mempunyai area yang cukup luas pada tahun 2008 adalah tanaman kelapa, tebu, kapas, cengkeh, tembakau, nilam, dan kopi mempunyai produksi yang cukup besar (Badan Pusat Statistik, 2009).

Jawa tengah sebagai daerah penghasil kopi tidak menutup kemungkinan mengandalkan perindustrian dari sektor industri pengolahan kopi. Ada beberapa klaster yang menjadi pusat penghasil olahan kopi di Jawa Tengah salah satu kawasannya terdapat di Kabupaten Temanggung.

Kabupaten Temanggung memiliki keadaan geografis yang cocok untuk pekebunan kopi. Kawasan tersebut berada di dataran tinggi dengan suhu sekitar 20^o C – 24^o C sehingga cocok dengan tanaman kopi. Selain itu, kopi juga biasa ditanam secara tumpang sari dengan tanaman tembakau, sehingga tidak memerlukan lahan yang besar dan tidak mengalami degradasi tanah. Perkebunan Kopi yang di tanam di Kabupaten Temanggung ada dua jenis yaitu Kopi Arabika dan Kopi Robusta. Kopi Arabika ditanam di daerah Kledung dan Kandangan, sedangkan Kopi Robusta banyak di tanam di daerah Bejen, dan Tretep. Tanaman kopi dapat tumbuh subur di daerah utara kabupaten Temanggung seperti di Kecamatan Gemawang, Wonobojo, Bejen,

Candiroto, Kandangan, dan Jumo. Selain itu, produksi kopi Temanggung telah diekspor ke luar negeri melalui eksportir di Semarang dan Surabaya.

Industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung sudah di bentuk dalam sebuah klaster. Klaster mulai dibentuk berdasarkan Keputusan Bupati Temanggung No: 500/280/tahun 2010. Klaster yang menjadi fokus pemerintah daerah Kabupaten Temanggung yaitu klaster pengolahan kopi, klaster makanan ringan dan klaster genteng dan batu bata.

Klaster industri awalnya diasosiasikan dengan *Marshallin industrial district*. Alfred Marshal (1919) sebagai ekonom pertama yang mendefinisikan suatu sentra industri (*industrial districts*) sebagai klaster produksi tertentu yang berdekatan dengan mengamati jenis-jenis industri tertentu yang beralokasi di beberapa daerah di Inggris, Jerman, dan negara-negara lain (Kuncoro, 2002:42).

Ada tiga jenis penghematan yang memunculkan sentra industri, yaitu konsentrasi pekerja terampil, berdekatannya pemasok spesialis, dan tersedianya fasilitas untuk mendapatkan pengetahuan. Adanya jumlah pekerja terampil dalam jumlah yang besar memudahkan terjadinya penghematan dari sisi tenaga kerja. Lokasi para pemasok yang berdekatan menghasilkan penghematan akibat spesialisasi yang muncul dari terjadinya pembagian kerja yang meluas antar perusahaan dalam aktifitas dan proses yang saling melengkapi. Tersedianya fasilitas untuk memperoleh pengetahuan terbukti meningkatkan penghematan akibat informasi dan komunikasi melalui produksi bersama, penemuan dan perbaikan dalam mesin, proses, dan organisasi secara umum (Kuncoro, 2002:43).

Dalam perkembangannya, klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung mulai menunjukkan perkembangan yang cukup berarti. Hal ini terlihat dari banyaknya permintaan dari produk olahan kopi baik dari dalam negeri maupun

luar negeri. Berdasarkan data resmi nilai ekspor Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Temanggung nilai ekspor selama tahun 2007 mencapai Rp 2,75 milyar. Pada tahun 2008 nilai ekspor kopi mencapai Rp 63 milyar dan pada tahun 2009 mencapai Rp 60 milyar dengan volume ekspor 4.000 ton (BPS, Temanggung Dalam Angka 2009).

Pemerintah Kabupaten Temanggung melakukan pengembangan pada klaster industri kopi untuk meningkatkan pembangunan ekonomi. Dalam kaitannya terhadap pembangunan ekonomi, penguatan klaster industri menjadi sangat penting untuk membentuk suatu klaster yang dinamis. Penguatan klaster tersebut dapat dilakukan melalui penguatan jangkauan pasar dan melalui penguatan kerjasama dalam klaster industri kopi. Dalam hal ini, dimungkinkan terjadi suatu hubungan yang dinamis antara pelaku usaha di klaster dengan petani kopi di Kabupaten Temanggung.

Pengembangan Klaster memiliki keuntungan dapat memperluas lapangan pekerjaan seperti terlihat dalam tabel 1.2, dimana pada sektor industri dapat menyerap setidaknya 63.406 pekerja di Kabupaten Temanggung. Jumlah pekerja pada sektor industri yang ada di Kabupaten Temanggung dapat ditunjukkan dalam tabel 1.2 di bawah ini.

Tabel 1.2 Banyaknya Unit Usaha Industri dan Tenaga Kerja Dirinci Menurut
Klasifikasi Industri di Kabupaten Temanggung Tahun 2005-2009

Tahun	Industri Besar		Industri Sedang		Industri Kecil & Rumah Tangga		Total	
	Jumlah usaha	Jumlah pekerja	Jumlah usaha	Jumlah pekerja	Jumlah usaha	Jumlah pekerja	Jumlah usaha	Jumlah pekerja
2005	10	4.765	29	1.027	14.632	55.039	14.671	60.831
2006	11	5.340	28	966	14.766	54.883	14.805	61.189
2007	12	6.143	27	701	14.868	54.915	14.907	61.759
2008	15	6.847	30	760	14.958	54.473	15.003	61.980
2009	19	7.947	31	775	15.117	54.575	15.165	63.406

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2010)

Disamping mampu menyediakan lapangan pekerjaan dan menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat, sektor industri pengolahan juga memberikan sumbangan pada pertumbuhan ekonomi khususnya PDRB. Kontribusi sektor industri pengolahan terhadap PDRB Kabupaten Temanggung tahun 2007-2010 dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1.3 Struktur PDRB Kabupaten Temanggung Tahun 2007-2010

(dalam persen)

Sektor	Tahun			
	2007	2008	2009	2010*)

Pertanian	31,74	30,82	31,86	31,93
Pertambangan dan Penggalian	1,17	1,19	1,16	1,10
Industri Pengolahan	19,52	19,11	18,45	18,09
Listrik dan Air Bersih	1,07	1,04	1,04	1,02
Perdagangan	5,61	5,81	5,77	5,85
Pengangkutan dan Komunikasi	16,74	16,78	16,74	16,84
Lembaga Keuangan	5,63	5,67	5,48	5,62
Jasa-Jasa	4,19	4,25	4,16	4,15
	14,33	15,33	15,33	15,40
Jumlah	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2010)

Keterangan : * angka sementara

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa sektor industri pengolahan mempunyai peranan penting dalam pembentukan PDRB Kabupaten Temanggung yaitu sebesar 18,09 % pada tahun 2010, terbesar kedua setelah sektor pertanian. Sementara itu, struktur perekonomian daerah di Kabupaten Temanggung masih didominasi oleh sektor pertanian, dimana pada tahun 2010 kontribusinya mencapai 31,93%, diikuti sektor industri pengolahan sebesar 18,09 %, sektor perdagangan sebesar 16,84%, dan sektor jasa-jasa sebesar 15,40%.

Klaster industri kopi terbentuk dari sektor-sektor usaha di kawasan penghasil kopi, baik industri kecil maupun besar. Dengan adanya klaster ini, diharapkan akan

commit to user

menciptakan suatu kerjasama antar pengusaha dan tindakan lebih terkoordinir dengan baik meskipun beberapa unit usaha memiliki rantai produksi yang berbeda-beda dan tidak saling terkait dalam berproduksi. Oleh karena itu, kerjasama menjadi hal yang sangat penting terhadap keberhasilan pengembangan klaster industri kopi. Selanjutnya, implikasi kerjasama usaha yang terjadi antar pengusaha berpengaruh pada peran klaster terhadap penguatan perekonomian di Kabupaten Temanggung. Dampak yang lebih luas akan mempengaruhi intensitas peran klaster terhadap sistem perekonomian lokal sehingga meningkatkan perekonomian daerah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung. Adanya klaster memberikan beberapa keuntungan antara lain: memudahkan bagi pengusaha kopi untuk memasarkan produk-produk kopi kepada konsumen domestik atau luar negeri, menghemat biaya produksi, selain itu akan memberikan bantuan dalam mendapatkan bahan baku. Perusahaan-perusahaan yang ada dalam klaster dapat bertukar informasi tentang produksi baru dan sistem produksi baru. Menurut Porter (dalam Kuncoro, 2007:166) industri dalam bentuk klaster memiliki beberapa keunggulan penting diantaranya : (1) klaster industri akan meningkatkan produktifitas, karena semua kebutuhan sumber daya terkonsentrasi di satu tempat, (2) klaster industri akan memaksa penghuninya untuk terus berinovasi, (3) klaster industri ternyata akan mempermudah munculnya bisnis-bisnis baru. Beberapa keunggulan tersebut dapat melatarbelakangi klaster industri dalam mencapai keuntungan usaha yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berupaya untuk mengetahui lebih jauh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan usaha pada klaster industri kopi di Kabupaten Temanggung. Adapun judul yang diambil dalam penelitian

commit to user

ini adalah “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha pada Kluster Industri Pengolahan Kopi Di Kabupaten Temanggung**”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, tingkat pendidikan, kemitraan usaha, teknologi, dan jangkauan pemasaran berpengaruh terhadap keuntungan usaha pada kluster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung?
2. Apakah ada perbedaan produksi, biaya, dan keuntungan usaha antara yang menggunakan jangkauan pemasaran domestik dan jangkauan pemasaran ekspor pada kluster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, tingkat pendidikan, kemitraan usaha, teknologi, dan jangkauan pemasaran berpengaruh terhadap keuntungan usaha pada kluster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.
2. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan produksi, biaya, dan keuntungan usaha antara yang menggunakan jangkauan pemasaran domestik dan jangkauan pemasaran ekspor pada kluster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha kopi, menjadi sumber informasi bagi pemilik industri pengolahan kopi untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang didapatkan oleh pemilik industri, apakah meningkat atau tetap.

2. Bagi Pemerintah daerah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan spesifikasi inti pengembangan klaster pada daerah khususnya Kabupaten Temanggung.
3. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi, wawasan, dan pengetahuan, serta sebagai bahan pembandingan untuk permasalahan yang sama pada masa yang akan datang.
4. Bagi pihak akademis, Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dan diharapkan penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.
5. Bagi penulis, penelitian ini memberikan gambaran mengenai bagaimana pengaruh modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, tingkat pendidikan, kemitraan usaha, teknologi, dan jangkauan pemasaran berpengaruh terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Teori Produksi

a. Pengertian Teori Produksi

Pengertian teori produksi yaitu suatu teori yang mempelajari cara seorang pengusaha dalam mengkombinasikan berbagai macam input pada tingkat teknologi tertentu untuk menghasilkan sejumlah output tertentu seefisien mungkin. Jadi sasaran teori produksi adalah untuk menentukan tingkat produksi yang efisien dengan sumber daya yang ada (Sudarman dalam Ramadhan, 2010:18).

Dalam teori ekonomi, yang perlu dipertimbangkan oleh setiap keputusan produsen dalam memproduksi adalah berapakah output yang harus diproduksi dan berapa serta bagaimanakah kombinasi-kombinasi yang dipergunakan (Boediono dalam Ramadhan, 2010:19). Produksi adalah upaya untuk menciptakan dan menambah kemampuan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Penciptaan barang atau jasa ini dapat dilakukan dengan cara mengubah bentuk, waktu, tempat, ataupun mengkombinasikan sedemikian rupa dengan bahan lain sehingga menghasilkan barang atau jasa baru.

Produksi dapat ditinjau dari dua pengertian, yaitu pengertian teknis dan pengertian ekonomis. Ditinjau dari pengertian teknis, produksi merupakan suatu proses pemberdayagunaan sumber-sumber yang telah tersedia dan diharapkan terwujudnya hasil yang lebih dari segala pengorbanan yang telah dilakukan.

commit to user

Ditinjau dari pengertian ekonomis, produksi diartikan sebagai suatu proses pendayagunaan sumber-sumber yang telah tersedia untuk mewujudkan hasil yang terjamin kualitas dan kuantitasnya, sehingga hasilnya merupakan komoditi yang dapat diperdagangkan.

b. Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah hubungan antara jumlah input dan jumlah output (Mankiw, 2006:336). Suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil produksi fisik (output) dengan faktor-faktor produksi (input). Analisis fungsi produksi sering digunakan, untuk mengetahui informasi sumber daya yang terbatas seperti tanah, tenaga kerja, dan modal dapat dikelola dengan baik agar produksi maksimum dapat diperoleh. Oleh karena itu dalam fungsi produksi dikenal istilah faktor ketidakpastian (*uncertainty*) dan resiko (*risk*). Besarnya tingkat faktor ketidakpastian ini akan menentukan besarnya resiko yang dihadapi (Soekartawi, 2003:151).

Dalam teori ekonomi, diambil pula suatu asumsi dasar mengenai sifat dari fungsi produksi yaitu fungsi produksi dari semua produksi dimana semua produsen dianggap tunduk pada suatu hukum yang disebut : *The Law of Diminishing Return*. Hukum ini mengatakan bahwa bila suatu macam input ditambah penggunaannya sedang input-input yang lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit yang ditambahkan tadi mula-mula naik, tetapi kemudian seterusnya menurun bila input tersebut terus ditambahkan satu unit (Boediono dalam Ramadhan, 2010:20).

Fungsi produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan antara tingkat (dan kombinasi) penggunaan input dan tingkat output per

satuan waktu. Secara umum fungsi produksi dinyatakan sebagai berikut

(Soeratno, 2003:121):

$$Q = f (X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

Keterangan :

Q = tingkat output

X = berbagai jumlah input yang digunakan

Penggunaan fungsi produksi tertentu dapat menunjukkan jumlah output maksimum yang dapat dihasilkan dengan sejumlah input tertentu atau menghasilkan tingkat output tertentu dengan jumlah input yang minimum dan menggunakan teknologi tertentu.

Dalam pembahasan teori ekonomi produksi, penelitian yang banyak diminati dan dianggap penting adalah kajian fungsi produksi ini. Hal tersebut disebabkan karena beberapa hal antara lain (Soekartawi dalam Ramadhan, 2010) :

- 1) Dengan fungsi produksi, maka diketahui hubungan antara faktor produksi (*input*) dan produksi (*output*) secara langsung dan hubungan tersebut lebih mudah dimengerti.
- 2) Dengan fungsi produksi maka diketahui hubungan antara variabel yang dijelaskan (*dependen variable*), dengan variabel yang menjelaskan (*independent variable*), sekaligus mengetahui hubungan antara variabel penjelas.

c. Fungsi Produksi Cobb-Douglas

commit to user

Fungsi produksi Cobb-Douglas adalah suatu fungsi yang melibatkan dua atau lebih variabel dimana variabel yang satu disebut variabel dependen yang dijelaskan (Y) dan yang lain disebut variabel independen yang menjelaskan (X).

Secara matematik dapat dituliskan sebagai berikut (Purwaningsih, 2010):

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_i, \dots, X_n) \dots\dots\dots (1)$$

$$Y = aX_1^{b_1} X_2^{b_2} \dots X_i^{b_i} \dots X_n^{b_n} e^u = a \prod X_i^{b_i} e^u \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan : Y = output (variabel dependen)

X = input (variabel independen)

a, b = besaran yang akan diduga

u = kesalahan (*disturbance term*)

e = logaritma natural, e = 2,718

Pendugaan terhadap fungsi produksi tersebut, dilakukan dengan mengubah persamaan menjadi bentuk linier berganda, yaitu dengan cara melogaritmakan semua variabel. Misal dua input X_1 dan X_2 , ditulis sebagai berikut :

$$Y = f(X_1, X_2) \text{ dan } Y = aX_1^{b_1} X_2^{b_2} e^u \dots\dots\dots (3)$$

Logaritma dari persamaan di atas, menjadi :

$$\log Y = \log a + b_1 \log X_1 + b_2 \log X_2 + v \dots\dots\dots (4)$$

$$Y^* = a^* + b_1 X_1^* + b_2 X_2^* + v^* \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan : $Y^* = \log Y$

$X^* = \log X$

commit to user

$$v^* = \log v$$

$$a^* = \log a$$

Persamaan (5) diselesaikan dengan cara regresi berganda. Nilai b_1 dan b_2 pada fungsi produksi Cobb-Douglas menunjukkan elastisitas input (X_1 dan X_2) terhadap output (Y).

Persyaratan yang harus dipenuhi dalam menggunakan fungsi produksi Cobb-Douglas adalah (Purwaningsih, 2010:55) :

- 1) Tidak ada nilai pengamatan yang bernilai nol, sebab logaritma dari nol adalah suatu bilangan yang besarnya tidak diketahui (infinite).
- 2) Dalam fungsi produksi, perlu asumsi bahwa tidak ada perbedaan teknologi pada setiap pengamatan (*non-neutral difference in the respective technologies*). Ini artinya, kalau fungsi Cobb-Douglas yang dipakai sebagai model dalam suatu pengamatan : dan bila diperlukan analisis yang memerlukan lebih dari satu model (misal dua model), maka perbedaan model tersebut pada intersep dan bukan pada pemilihan garis (slope) model tersebut.
- 3) Setiap variabel X adalah *perfect competition*.
- 4) Perbedaan lokasi (pada fungsi produksi) seperti iklim sudah tercakup pada faktor kesalahan.

Fungsi Cobb-Douglas sering digunakan dalam penelitian ekonomi karena (Purwaningsih, 2010:56):

- 1) Penyelesaian fungsi Cobb-Douglas relatif lebih mudah dibandingkan dengan fungsi yang lain.

commit to user

- 2) Hasil pendugaan garis melalui fungsi Cobb-Douglas akan menghasilkan koefisien regresi yang sekaligus juga menunjukkan saran elastisitas.
- 3) Besaran elastisitas tersebut sekaligus menunjukkan tingkat besaran *returns to scale*, yaitu penjumlahan dari besaran elastisitas tersebut.

d. Pendapatan

Pendapatan adalah total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output. Penerimaan total adalah output dikali harga jual, dirumuskan sebagai berikut (Mankiw, 2006:113) :

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR : *total revenue* (total pendapatan)

P : harga jual barang

Q : *output*

Ada beberapa konsep pendapatan yang penting untuk analisa perilaku produsen yaitu (Sukirno, 2006:234-238):

1) Pendapatan Total (*Total Revenue*)

Pendapatan total produsen dari hasil penjualan outputnya, yaitu output (Q) dikalikan dengan harga jual output (P).

$$TR = P \cdot Q$$

2) Pendapatan Rata-rata (*Average Revenue*)

Pendapatan yang diterima produsen pada berbagai tingkat produksinya.

$$\begin{aligned} A R &= \frac{TR}{Q} \\ &= \frac{Q \cdot P}{Q} \\ &= P \end{aligned}$$

Jadi pendapatan rata-rata adalah harga jual per unit.

3) Pendapatan Marjinal (*Marginal Revenue*)

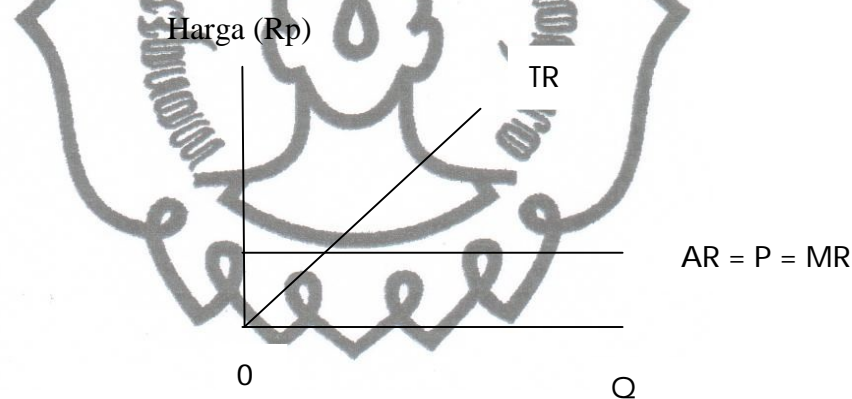
Pendapatan marjinal adalah tambahan hasil penjualan yang diperoleh dari menjual satu unit barang yang diproduksi.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

Keterangan :

ΔTR = tambahan pendapatan total

ΔQ = tambahan output



Gambar 2.1 Kurva Pendapatan Total, Pendapatan Rata-Rata, dan Pendapatan Marjinal

Dari gambar 2.1 menunjukkan bahwa TR berupa garis lurus yang menaik tanpa ada posisi maksimum yang bermula dari titik nol. Dalam pendapatan total harga telah ditetapkan maka pendapatan rata-rata dan pendapatan marjinal adalah sama dengan harga. Dengan demikian dapat dirumuskan $AR = MR = P$.

commit to user

e. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang atau jasa. Jenis-jenis biaya produksi antara lain (Sukirno, 2006 : 209) :

1) *Total Fixed Cost* (TFC)

Total Fixed Cost adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi (input) yang tidak dapat diubah jumlahnya.

Contoh biaya tetap total antara lain membeli mesin, mendirikan bangunan pabrik, sewa gedung dan sebagainya.

2) *Total Variable Cost* (TVC)

Total Variable Cost adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya. Contoh biaya berubah total antara lain biaya tenaga kerja, biaya untuk bahan mentah, dan sebagainya.

3) *Total Cost* (TC)

Total Cost adalah keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Dengan demikian biaya total dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

4) *Average Fixed Cost* (AFC)

Average Fixed Cost adalah biaya tetap yang dibebankan pada setiap unit output. Apabila biaya tetap total (TFC) untuk memproduksi sejumlah barang tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut.

Dengan demikian rumus untuk menghitung biaya tetap rata-rata adalah:

commit to user

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

5) *Average Variable Cost* (AVC)

Average Variable Cost adalah semua biaya-biaya lain yang dibebankan pada setiap unit output selain AFC. Apabila biaya berubah total (TVC) untuk memproduksi sejumlah barang (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut. Biaya berubah rata-rata dihitung dengan rumus:

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

6) *Average Variable Cost* (ATC)

Average Variable Cost adalah biaya yang meliputi keseluruhan biaya yang digunakan untuk menghasilkan setiap unit produksi. Biaya total rata-rata dihitung dengan rumus:

$$ATC = \frac{TC}{Q}$$

7) *Marginal Cost* (MC)

Marginal Cost adalah kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah produksi sebanyak satu unit. Biaya marginal dapat dihitung dengan rumus:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

f.Keuntungan

Keuntungan (profit) merupakan imbalan yang diterima pada pelaku bisnis atas kesediaannya mengambil resiko dalam memadukan manusia, teknologi dan informasi dalam penciptaan dan pemasaran barang yang diinginkan serta jasa yang memuaskan (Bone and Kurtz dalam Dhaneswara, 2010).

Keuntungan atau laba dibedakan atas laba usaha (*business profit*) dan laba ekonomi (*economic profit*). Laba usaha merupakan pendapatan sisa yaitu penerimaan penjualan dikurangi biaya sedangkan laba ekonomi pendapatan setelah biaya uang (nominal) maupun biaya yang bersifat implisit atau bisa disebut laba usaha dikurangi biaya implisit (manajemen atau tenaga kerja yang tidak terbayar) (Samuelson dalam Dhaneswara, 2010).

Keuntungan merupakan selisih jumlah penerimaan yang diterima perusahaan dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan. Secara umum dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Soeharno, 2007 : 109):

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

Π = Keuntungan (profit)

TR = Total *Revenue* (penerimaan total) = harga dikalikan dengan jumlah yang dijual

TC = Total *Cost* (biaya total)

Keuntungan akan diperoleh jika nilai π positif ($\pi > 0$) dimana $TR > TC$. Semakin besar selisih jumlah penerimaan (TR) dan biaya (TC), maka semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan. Laba

commit to user

maksimum diperoleh jika perbedaan TR dan TC paling besar dan kombinasi tingkat output dan biaya marjinal.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha

a. Modal Usaha

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan secara langsung atau tidak langsung, dalam kaitannya untuk menambah output, lebih khusus dikatakan bahwa modal usaha terdiri dari barang-barang yang dibuat untuk penggunaan produk pada masa yang akan datang (Suparmoko, dan Irawan, 1992:75). Menurut Lawrance dalam Giyanto (2010) modal merupakan sinonim kekayaan, yaitu semua barang yang dimiliki orang seorang. Tanah beserta sumber alam yang terkandung di dalamnya sering disebut modal alami, untuk membedakan dari modal buatan seperti gedung, mesin-mesin, alat-alat, dan bahan-bahan.

Modal merupakan kekayaan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menyelenggarakan kegiatan sehari-hari yang selalu berputar dalam periode tertentu. Besar kecilnya dan berhasil tidaknya usaha ditentukan oleh modal yang tersedia, sehingga kedudukan modal dapat menjamin kelangsungan hidup usaha. Selain itu, modal mempunyai hubungan kuat dengan berhasil tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Modal dapat dibagi sebagai berikut (Suryana, 2001:36) :

commit to user

1) Modal Tetap

Modal tetap adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam jangka waktu yang relatif lama dan tidak terpengaruh oleh besar kecilnya jumlah produksi. Misalnya tanah, gedung, mesin dan sebagainya.

2) Modal Lancar

Modal lancar adalah modal memberikan jasa hanya sekali dalam proses produksi, bisa dalam bentuk bahan-bahan baku dan kebutuhan lain sebagai penunjang usaha tersebut. Modal ini biasanya dalam bentuk pembelian bahan baku, membiayai upah, biaya penjualan, biaya pemeliharaan dan sebagainya.

Menurut Riyanto (dalam Giyanto, 2010) sumber-sumber penawaran modal yaitu:

- 1) Sumber internal yaitu modal yang dihasilkan sendiri.
- 2) Sumber eksternal yaitu modal dari luar perusahaan.
- 3) Supplier.
- 4) Bank.
- 5) Pasar modal.

Sumber modal yang dimiliki dapat berasal dari perusahaan sendiri maupun dari luar. Jadi sumber modal yang dimiliki pengusaha dapat diperoleh dari sumber internal dan eksternal. Apabila pengusaha mendapatkan kesulitan dalam memperoleh sumber modal maka dapat menggunakan bank dan supplier untuk memperoleh modal. Pasar modal merupakan sumber modal

yang terakhir karena tergantung kesanggupan perusahaan apakah sudah mampu berkompetisi dalam pasar modal.

b. Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan. Ada suatu asumsi bahwa semakin lama seseorang menjalankan usahanya maka akan semakin berpengalaman orang tersebut karena mempunyai pengalaman lebih mengenai kondisi pasar dan kemauan konsumen. Pengalaman usaha diukur dari lamanya seseorang menggeluti usaha yang dijalaninya.

Dalam hubungannya dengan keterampilan, pengalaman usaha sangatlah erat kaitannya dengan tingkat pendapatan. Semakin tinggi pengalaman usaha maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada tingkat output produksi yang bersangkutan (Risdiyanto dalam Suryani, 2007). Semakin lama seorang pengusaha menekuni dalam suatu usaha maka akan lebih mahir mengelola usahanya. Hal ini akan berdampak pada total penjualan sehingga akan menaikkan jumlah pendapatan. Selain itu, semakin lama usaha maka semakin banyak konsumen yang berlangganan produk yang dihasilkan produsen.

Pengalaman usaha memberikan seseorang pelajaran secara nyata apa yang dihadapi di pasar produk. Sejalan dengan bertambahnya pengalaman kerja maka bertambah pula pengalaman dan keterampilan, sehingga dalam menghadapi pelanggan yang bervariasi akan semakin baik.

c. Tenaga Kerja

commit to user

Tenaga kerja adalah sejumlah penduduk yang dapat menghasilkan barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga kerja, mereka akan berpartisipasi dalam aktivitas tersebut. Tenaga kerja sering pula disebut penduduk usia kerja dalam arti sudah bekerja, sedang mencari kerja, dan sedang melakukan kegiatan lain yang belum tercakup mencari kerja, bersekolah dan menjurus rumah tangga walaupun sedang tidak bekerja, mereka dianggap secara fisik mampu dan sewaktu – waktu dapat berpartisipasi dalam bekerja (Wiro Suharjo dalam Ramadhan, 2010)

Tenaga kerja merupakan faktor yang sangat dominan dalam kegiatan produksi, karena tenaga kerja itulah yang berperan mengalokasikan dan memanfaatkan faktor produksi lain guna menghasilkan suatu output yang bermanfaat. Faktor tenaga kerja terus diperhitungkan dalam proses produksi tidak hanya dalam jumlah namun juga kualitas dan macam tenaga kerja yang memadai. Jumlah tenaga kerja yang diperkirakan disesuaikan dengan kebutuhan sampai pada tingkat tertentu sehingga jumlahnya optimal. Selain itu, tenaga kerja memberikan kontribusi penting terhadap keuntungan yang diperoleh pengusaha melalui peningkatan produktivitasnya.

Menurut Winardi (dalam Giyanto, 2010) faktor-faktor yang mempengaruhi tenaga kerja adalah:

- 1) Produktivitas tenaga kerja hingga tingkat tertentu dipengaruhi oleh tenaga kerja keturunan, dari mana dia berasal dan iklim lingkungan yang tidak dapat dipengaruhi oleh lingkungan.
- 2) Sifat-sifat kesehatan, kekuatan, intelegensi, ambisi, kemampuan untuk menilai, ketekunan, mempengaruhi produktivitas tenaga kerja.

commit to user

- 3) Kondisi tempat kerja.
- 4) Tergantung kualitas dan metode dari organisasi perusahaan.
- 5) Berkaitan dengan upah yang diterimanya.

d. Tingkat Pendidikan

Perkembangan suatu industri ditentukan oleh sejumlah faktor, salah satunya yaitu tingkat pendidikan pengusaha. Pendidikan merupakan salah satu unsur yang dapat mengubah sikap, perilaku, peningkatan pola pikir, memperluas wawasan serta memudahkan pengusaha menyerap informasi terutama mengenai usaha yang digelutinya. Secara umum pendidikan akan memperluas pengetahuan seseorang. Tingkat pendidikan juga akan mempengaruhi perilaku dan selanjutnya akan berdampak pada pengambilan keputusan.

Dalam dunia usaha tingkat pendidikan akan mempengaruhi segala tindakan yang akan ditempuh dan akan lebih rasional dalam mencermati setiap kejadian. Pendidikan pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat sehingga dapat meningkatkan kemampuan masyarakat tersebut dalam mengembangkan sumber-sumber yang dimiliki untuk meningkatkan perkembangan ekonomi. Pendidikan tidak hanya menambah pengetahuan tetapi juga meningkatkan keterampilan kerja sehingga akan berpengaruh pada keberhasilan usaha.

Menurut ragamnya, pendidikan dapat dibedakan menjadi 3 yaitu (Priyatno dalam Suryani, 2004:41-42):

- 1) Pendidikan Formal

Pendidikan formal yaitu suatu sistem pendidikan yang dikembangkan secara bertahap dan bertata tingkat, mulai dari pendidikan dasar sampai pendidikan tinggi.

2) Pendidikan Informal

Pendidikan Informal yaitu sebagai proses seumur hidup bagi setiap orang dalam mencari dan menghimpun pengetahuan, keterampilan, sikap dan pengertian yang diperoleh dari pengalaman sehari-hari kendatipun biasanya penyelenggaraan pendidikan ini kurang terorganisir dan kurang sistematis, tetapi ini merupakan sumber yang paling besar dari segala apa yang dipelajari manusia.

3) Pendidikan Non Formal

Pendidikan non formal yaitu sebagai kegiatan pendidikan yang terorganisir dan sistematis diluar pendidikan formal.

e. Kemitraan Usaha

Kemitraan merupakan jalinan kerjasama usaha yang terwujud dalam strategi bisnis yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan (Hakim, 2004). Dalam kerjasama tersebut terdapat upaya untuk melakukan pembinaan dan pengembangan, karena pada dasarnya masing-masing pihak mempunyai kelemahan dan kelebihan sehingga akan saling melengkapi dalam arti pihak yang satu akan mengisi dengan cara melakukan pembinaan terhadap kelemahan yang lain dan sebaliknya.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 44 tahun 1997 tentang kemitraan, pasal 1 angka 1 menjelaskan mengenai kemitraan yakni,
commit to user

kemitraan adalah kerja sama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau usaha besar dengan memperlihatkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Pada dasarnya kemitraan merupakan suatu kegiatan saling menguntungkan dengan berbagai macam bentuk kerjasama dalam menghadapi dan memperkuat satu sama lain. Berkaitan dengan hal tersebut kemitraan usaha mengandung beberapa unsur pokok yang merupakan kerjasama usaha dengan prinsip saling menguntungkan, saling memperkuat dan saling memerlukan yaitu (Hakim, 2004:21):

1) Kerjasama Usaha

Dalam konsep kerjasama usaha melalui kemitraan ini, jalinan kerjasama yang dilakukan antara usaha besar atau menengah dengan usaha kecil didasarkan pada kesejajaran kedudukan atau mempunyai derajat yang sama terhadap kedua belah pihak yang bermitra. Ini berarti bahwa hubungan kerjasama yang dilakukan antara pengusaha besar atau menengah dengan pengusaha kecil mempunyai kedudukan yang setara dengan hak dan kewajiban timbal balik sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, tidak ada yang saling mengeksploitasi satu sama lain dan tumbuh berkembangnya rasa saling percaya di antara para pihak dalam mengembangkan usahanya.

2) Hubungan antara Pengusaha Besar atau Menengah dengan Pengusaha Kecil

Melalui hubungan dengan kemitraan ini diharapkan pengusaha besar atau menengah dapat menjalin hubungan kerjasama saling menguntungkan dengan pengusaha kecil atau pelaku ekonomi lainnya, sehingga pengusaha kecil akan lebih berdaya dan tangguh didalam berusaha demi tercapainya kesejahteraan.

3) Pembinaan dan Pengembangan

Pada dasarnya yang membedakan hubungan kemitraan dengan hubungan dagang biasa oleh pengusaha kecil dengan pengusaha besar adalah adanya bentuk pembinaan dari pengusaha besar terhadap pengusaha kecil atau koperasi yang tidak ditemukan pada hubungan dagang biasa. Bentuk pembinaan dalam kemitraan antara lain pembinaan didalam mengakses modal yang lebih besar, pembinaan manajemen usaha, pembinaan peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM), pembinaan manajemen produksi, pembinaan mutu produksi serta menyangkut pula pembinaan didalam pengembangan aspek institusi kelembagaan, fasilitas alokasi serta investasi.

4) Prinsip Saling Memerlukan

Kemitraan merupakan suatu rangkaian proses yang dimulai dengan mengenal calon mitranya, mengetahui posisi keunggulan dan kelemahan usahanya. Pemahaman akan keunggulan yang ada akan menghasilkan sinergi yang berdampak pada efisiensi, turunnya biaya produksi dan sebagainya. Penerapannya dalam kemitraan, perusahaan besar dapat menghemat tenaga dalam mencapai target tertentu dengan menggunakan tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan yang

commit to user

kecil. Sebaliknya perusahaan yang lebih kecil, yang umumnya relatif lemah dalam hal kemampuan teknologi, permodalan dan sarana produksi melalui teknologi dan sarana produksi yang dimiliki oleh perusahaan besar. Dengan demikian sebenarnya ada saling memerlukan atau ketergantungan diantara kedua belah pihak yang bermitra.

5) Prinsip Saling Memperkuat

Dalam kemitraan usaha, sebelum kedua belah pihak memulai untuk bekerjasama, maka pasti ada sesuatu nilai tambah yang ingin diraih oleh masing-masing pihak yang bermitra. Nilai tambah ini selain diwujudkan dalam bentuk nilai ekonomi seperti peningkatan modal dan keuntungan, perluasan pangsa pasar, tetapi juga ada nilai tambah yang non ekonomi seperti peningkatan kemampuan manajemen, penguasaan teknologi dan kepuasan tertentu. Keinginan ini merupakan konsekuensi logis dan alamiah dari adanya kemitraan. Keinginan tersebut harus didasari sampai sejauh mana kemampuan untuk memanfaatkan keinginan tersebut dan untuk memperkuat keunggulan-keunggulan yang dimilikinya, sehingga dengan bermitra terjadi suatu sinergi antara para pelaku yang bermitra sehingga nilai tambah yang diterima akan lebih besar. Dengan demikian terjadi saling isi mengisi atau saling memperkuat dari kekurangan masing-masing pihak yang bermitra. Dengan motivasi ekonomi tersebut maka prinsip

commit to user

kemitraan dapat didasarkan pada saling memperkuat. Kemitraan juga mengandung makna sebagai tanggung jawab moral, hal ini disebabkan karena bagaimana pengusaha besar atau menengah mampu untuk membimbing dan membina pengusaha kecil mitranya agar mampu (berdaya) mengembangkan usahanya sehingga menjadi mitra yang handal dan tangguh didalam meraih keuntungan untuk kesejahteraan bersama. Hal ini harus disadari juga oleh masing-masing pihak yang bermitra yaitu harus memahami bahwa mereka memiliki perbedaan, menyadari keterbatasan masing-masing, baik yang berkaitan dengan manajemen, penguasaan Ilmu Pengetahuan maupun penguasaan sumber daya, baik Sumber Daya Alam maupun Sumber Daya Manusia (SDM), dengan demikian mereka harus mampu untuk saling isi mengisi serta melengkapi kekurangan-kekurangan yang ada.

6) Prinsip Saling Menguntungkan

Salah satu maksud dan tujuan dari kemitraan usaha adalah kesadaran dan saling menguntungkan. Pada kemitraan ini tidak berarti para partisipan harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang essensi dan lebih utama adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing. Pada kemitraan usaha terutama sekali terhadap hubungan timbal balik, bukan seperti kedudukan antara buruh dan majikan, atau terhadap atasan kepada bawahan sebagai adanya pembagian resiko dan keuntungan proporsional, disinilah letak kekhasan dan karakter dari kemitraan usaha tersebut. Berpedoman

commit to user

pada kesejajaran kedudukan atau memiliki derajat yang setara bagi masing-masing pihak yang bermitra, maka tidak ada pihak yang tereksplorasi dan dirugikan tetapi justru terciptanya rasa saling percaya diantara para pihak sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan atau pendapatan melalui pengembangan usahanya.

f. Teknologi

Teknologi dalam proses produksi digunakan untuk meningkatkan jumlah output yang dihasilkan oleh suatu industri. Perkembangan teknologi yang semakin maju dapat memperbaiki produktivitas dan meningkatkan standar produksi. Kemajuan teknologi dapat berupa perbaikan dalam proses produksi yaitu dengan jumlah input yang sama dapat dihasilkan output dalam jumlah lebih banyak, atau sebaliknya dengan tingkat output sama dihasilkan dengan jumlah input lebih sedikit.

Perkembangan teknologi dalam suatu industri dapat dilihat dari pengenalan produk baru. Produk baru yang dihasilkan biasanya telah terjadi proses inovasi sehingga ada peningkatan kualitas dengan produk sebelumnya. Inovasi produk menyebabkan suatu barang lebih bernilai secara kualitas dan kuantitas sehingga inovasi sangat diperlukan untuk kemajuan suatu industri. Selain itu, produktivitas tenaga kerja dapat ditingkatkan melalui penerapan teknologi yang lebih maju. Tenaga kerja dan teknologi tidak dapat dipisahkan.

commit to user

Peran teknologi dalam peningkatan produktivitas industri sangatlah besar. Manfaat dengan adanya teknologi salah satunya meningkatnya kualitas Sumber Daya Manusia sehingga dapat tercapai keunggulan kompetitif. Selain itu, manfaat teknologi dapat mempercepat, memudahkan, dan mengatasi kesulitan saat proses produksi berlangsung.

Setiap industri memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam mengolah produksinya. Teknologi yang digunakan pun berlainan, karena teknologi sangat menentukan hasil produksi industri tersebut. Meskipun teknologi yang digunakan masih mengimpor dari luar negeri. Tanpa adanya perkembangan teknologi, produktivitas barang-barang produksi tidak akan mengalami perubahan dan tetap berada pada tingkat yang sangat rendah.

g. Jangkauan Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasional yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih (Kotler, 2004:9).

Pola pemasaran usaha kecil lebih sering berproduksi setelah menemukan pasarnya dari pada membuat dahulu baru dipasarkan. Alasan yang dikemukakan adalah karena mereka biasanya berproduksi setelah ada industri kecil atau usaha kecil lain yang kewalahan dalam

commit to user

melayani permintaan atau peluangnya terlihat (Subanar dalam Giyanto, 2010).

Jangkauan pemasaran merupakan kesanggupan suatu industri untuk dapat memasarkan produknya pada konsumen dimanapun tempatnya. Pada proses pemasaran diperlukan biaya pada pengangkutan transportasi untuk sampai pada pasar tujuan. Pengusaha akan berusaha mencapai sejauh mana jangkauan pemasaran produknya. Jangkauan pemasaran yang luas akan mempengaruhi besarnya biaya yang dikeluarkan pengusaha. Oleh karena itu, pengusaha harus dapat mengatasi masalah biaya tersebut sehingga dengan meluasnya jangkauan pemasaran namun tidak menyulitkan poses distribusi dan produksi.

Jangkauan pemasaran sangat efektif dalam mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, yang dimulai dengan perencanaan dan koordinasi dengan semua bagian yang ada dalam organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Penekanan Jangkauan pemasaran terhadap daya saing berdasarkan pada pengidentifikasian kebutuhan pelanggan, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat menjawab kebutuhan yang diinginkan konsumen, baik itu melalui penciptaan produk atau pengembangan dari produk yang sudah ada. Pengembangan produk dimaksudkan untuk menciptakan *superior value* bagi konsumen dan dapat menjadi modal utama bagi perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan. Jangkauan pemasaran dibedakan menjadi 2 yaitu:

1) **Jangkauan Pemasaran Domestik** *commit to user*

Jangkauan pemasaran domestik merupakan strategi memasarkan produk kepada konsumen di dalam negeri yang biasanya antar propinsi atau antar pulau. Pemasaran produk menjadi terlepas dari ekspor dan impor karena barang hanya dijual di dalam negeri. Kualitas produk yang dijual masih berdasarkan permintaan pelanggan domestik dengan mutu yang masih standar. Meskipun demikian, perusahaan yang memiliki jangkauan pemasaran pada pasar domestik sangat banyak terutama untuk industri rumah tangga dan industri menengah. Jadi industri yang memiliki jangkauan pemasaran pada pasar domestik merupakan ciri dari pasar nasional.

Industri yang jangkauan pasarnya dalam negeri dapat memberikan keuntungan bagi industri besar dan industri menengah. Keuntungan-keuntungan yang didapat oleh industri besar yaitu memudahkan mencari bahan baku setengah jadi dan dapat menghemat biaya produksi. Oleh karena itu, pasar domestik lebih didominasi oleh industri kecil dan menengah yang memiliki jangkauan pasar didalam negeri. Hal ini yang akan menjadi dasar kekuatan industri dari sektor bawah, bila pasar domestik sudah kuat maka kemungkinan dapat berkembang ke pasar ekspor.

2) Jangkauan Pemasaran Ekspor

Jangkauan pemasaran ekspor dikonseptualisasikan sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Cadogan (dalam Supaya, 2004:14) bahwa jangkauan pemasaran ekspor terdiri dari tiga komponen perilaku (generasi intelijen ekspor, diseminasi dan tanggapan-tanggapan) ditambah dimensi terpadu (mekanisme koordinasi). Komponen perilaku tersebut terdiri dari bermacam-macam aktivitas umum yang berkaitan dengan generasi,

commit to user

diseminasi dan tanggapan terhadap intelijen pasar ekspor dan diorientasikan kepada para pelanggan ekspor, pesaing, dan pengaruh-pengaruh pasar eksogen. Dimensi terpadu mencerminkan usaha yang terkoordinasi untuk menciptakan nilai superior dan tanggung jawab organisasi yang luas bagi aktivitas-aktivitas yang berorientasi pasar sehingga dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

Lebih lanjut Cadogan (dalam Supaya, 2004:14-15) menjelaskan bahwa jangkauan pemasaran ekspor berimplikasi pada sifat dasar yang dianggap sebagai hasil perubahan pengaturan dimana pengaturan itu diterapkan. Bagaimanapun perusahaan yang memiliki jangkauan pemasaran ekspor menghadapi rintangan-rintangan yang kompleks meliputi : lingkungan pasar ekspor, peningkatan hasil dalam keperluan-keperluan informasi dan problematika dokumen-dokumen baik yang berkaitan dengan ketersediaan, kemampuan mengakses dan mutu informasi ekspor. Semua rintangan itu harus dihadapi perusahaan dalam mengembangkan pemasaran ke luar negeri. Oleh karena itu, pergeseran dari domestik ke pengaturan ekspor menyarankan bahwa modifikasi ukuran-ukuran yang ada dengan internasionalisasi.

3. Klaster

a. Konsep Klaster

Akhir-akhir ini, konsep klaster industri (*industrial cluster*) makin sering dibicarakan, tidak hanya di lingkungan akademis dan dalam wacana publik, tetapi telah menjadi kebijakan strategi dalam pengembangan daya saing daerah/regional khususnya pembangunan ekonomi lokal serta ekonomi daerah pada umumnya.

Walaupun masih pada tahapan awal, kajian dan prakarsa pengembangan klaster

industri di Indonesia telah mulai berkembang di akhir 1990-an. Konsep klaster industri, merupakan alternatif yang dipandang sesuai dengan konteks dinamika perubahan yang berkembang dan keragaman karakteristik daerah di Indonesia. Pendekatan ini bahkan disampaikan secara eksplisit dalam beberapa dokumen formal seperti (Sumirat, 2007):

- 1) UU No. 25 Tahun 2000 oleh Propernas Tahun 2000-2004
- 2) “Strategi Industrialisasi Nasional” oleh Deperindag Tahun 2000
- 3) “Rencana Tindak Jangka Menengah (*Mid-Term Action plan*-MTAP) Pengembangan UKM melalui Keputusan Menteri KUKM No. 31 KEP/M.KUKM/IV2002.

Menurut Porter (dalam Kuncoro, 2002) klaster adalah konsentrasi geografi dari perusahaan-perusahaan dan institusi-institusi dalam wilayah tertentu yang saling berhubungan dengan adanya sifat kebersamaan (*commonalities*) dan sifat saling melengkapi (*complementarities*) satu sama lain. Klaster didefinisikan sebagai kumpulan industri yang saling terkait satu sama lain berdasarkan hubungan pembeli dan pemasok yang berspesialisasi atau memiliki keterkaitan dalam teknologi maupun keterampilan (Porter dalam Kuncoro, 2002). Hal tersebut menggambarkan adanya keterkaitan antar kelompok perusahaan dalam produk & rantai produksi yang sama. Sementara itu, Becattini (dalam Kuncoro, 2002:43) mendefinisikan sentra industri sebagai wilayah sosial yang ditandai dengan adanya komunitas manusia dan perusahaan, dan keduanya cenderung bersatu.

b. Tipe Klaster

Ada beberapa rujukan yang digunakan untuk mengetahui tipe klaster yang berkembang. Kuncoro (2002) menjelaskan tiga jenis *industrial district*, yaitu

menurut Marshall, Markusen dan Whittake, dan Mazhab Sosiologi. Marshall mengemukakan klaster yang mewakili kawasan industri yang terspesialisasi. Studi yang dilakukan Kuncoro (2002) pada klaster industri kecil dan menengah juga menunjukkan hal yang sama. *Industrial district* pada klaster industri kecil dan menengah di Indonesia adalah konsentrasi industri yang terspesialisasi.

Bentuk kedua daerah industri diturunkan dari model kompleks industri (*industrial complex model*), yang muncul dari teori klasik dan neo klasik. Ciri-ciri utama model kompleks industri antara lain : (1) sekumpulan hubungan yang dapat diidentifikasi dan stabil, antara perusahaan-perusahaan terutama dalam hubungan perdagangan, (2) minimalisasi biaya-biaya transaksi spasial (misalnya biaya transportasi, biaya telekomunikasi, dan biaya pengapalan) dalam formasi keterkaitan yang penting, direncanakan terlebih dahulu, atau dapat diidentifikasi (Gordon,2000). Model ini sesuai dengan hasil penelitian empiris yang dilakukan Markusen dan Whittaker terhadap klaster industri besar maupun industri kecil dan menengah di kawasan industri baru di Amerika Serikat dan Jepang.

Bentuk ketiga *industrial district* adalah model jaringan sosial yang dikembangkan dalam mazhab sosiologi dan mazhab neo-insitutional (Gordon, 2000). Tidak seperti *industrial district* lain, klaster ini tidak hanya menggambarkan respon ekonomi terhadap pola peluang yang tersedia dan melengkapi, tetapi juga pada kelekatan dan integrasi sosial yang tidak biasa.

Sementara itu, Heyter (dalam Kuncoro, 2002) mengemukakan dua jenis klaster, yaitu klaster yang didominasi banyak perusahaan kecil, dan klaster dimana perusahaan-perusahaan yang berskala kecil dan menengah berkembang terutama digerakkan oleh perusahaan inti. Jenis hubungan antar perusahaan-perusahaan dalam klaster akan sangat mempengaruhi bagaimana sebuah klaster

commit to user

memperoleh manfaat. Jaringan yang terbentuk dalam sebuah klaster akan menentukan bagaimana suatu klaster diorganisir untuk menciptakan inovasi-inovasi.

Klaster yang digerakkan oleh perusahaan inti cenderung memiliki tingkat kepemilikan yang tinggi. Mereka bekerja lebih independen dan mengandalkan jaringan tenaga kerja internal dalam seluruh proses produksi. Klaster tipe kedua yaitu klaster yang didominasi oleh banyak perusahaan skala kecil dan menengah akan memiliki tingkat koordinasi yang relatif lebih baik karena antara perusahaan-perusahaan tersebut akan terjalin kerjasama dalam bentuk asosiasi industri, pertukaran informasi, kerjasama keuangan, dan proses produksi. Klaster tipe kedua akan mengandalkan jaringan tenaga kerja sosial yang tersedia di lingkuannya. Dengan demikian klaster yang terdiri dari perusahaan-perusahaan kecil dan menengah cenderung memiliki tingkat kerjasama yang lebih baik.

c. Pembentukan Klaster Industri

Berdasarkan proses pembentukannya, klaster dibedakan menjadi dua yaitu (Visser dalam Puspita, 2010):

- 1) Klaster yang terbentuk melalui hasil keputusan para pelaku usaha untuk mulai mengoperasikan usahanya dalam satu area klaster. Tujuan dari keputusan tersebut adalah untuk memperoleh keuntungan pasif melalui faktor lokasi yang baik. Keuntungan yang didapat antara lain akses dan kualitas sarana transportasi beserta seluruh fasilitas pendukung, seperti ketersediaan infrastruktur, ataupun kehadiran para pesaing yang dapat saling membantu dalam pengambilan keputusan mengenai investasi dan pemasaran. Hal ini sangat penting, karena mampu mereduksi risiko

commit to user

komersial jangka pendek sebaik mengatasi ketidakpastian jangka panjang yang berkaitan dengan investasi modal tetap.

- 2) Klaster yang terbentuk melalui proses perumusan strategi yang bersifat permanen. Tujuan utama pembentukan klaster melalui proses perumusan strategi adalah untuk merumuskan solusi dari masalah kompetisi. Hal ini dapat dicapai melalui pengembangan hubungan komplementaritas antar unit usaha, termasuk kerjasama dalam hal proses inovasi teknologi, dialog komersial antara konsumen dan produsen produk setengah jadi (keterkaitan vertikal) atau dengan upaya peningkatan kualitas dan kuantitas produk melalui kerjasama antar produsen yang memproduksi produk yang sama (keterkaitan horisontal).

Menurut teori Marshall (dalam Kuncoro 2007:163), klaster industri muncul karena perusahaan-perusahaan yang ada dalam suatu industri menemukan segala keuntungan yang bisa mereka dapatkan bila mereka mengelompok di dalam suatu area geogografis. Ada beberapa faktor yang mendorong terjadinya proses klaster industri yaitu :

- 1) Adanya proses klaster membuat perusahaan yang ada dapat bekerja lebih baik. Peningkatan spesialisasi nantinya akan membawa ke peningkatan efisiensi produksi.
- 2) Dapat memfasilitasi perusahaan untuk meningkatkan penelitian dan inovasi dalam sebuah industri.
- 3) Proses klaster perusahaan-perusahaan sejenis akan mengurangi resiko bagi pihak pekerja maupun pihak pemberi pekerjaan.

commit to user

d. Karakteristik Klaster

Menurut Schmitz (dalam Puspita, 2010) keterkaitan dan adanya jaringan dalam klaster memunculkan karakteristik klaster industri yaitu:

1) *Customer Oriented* (berorientasi Pelanggan)

Terkait proses produksi, klaster perlu berorientasi pada permintaan pelanggan dengan mempelajari permintaan konsumen. Pelaku klaster akan memproduksi sesuai jumlah dan kualitas yang diminati konsumen. Pada Akhirnya pelaku klaster akan meninggalkan konsep *supply-demand* atau hanya berorientasi pada bahan baku karena orientasi tersebut cenderung kurang memperhatikan permintaan dan kebutuhan konsumen.

2) *Cumulative* (efek kumulatif)

Klaster merupakan kelompok usaha yang sejenis dan saling mendukung untuk dapat bersinergi. Dengan adanya pengelompokan tersebut memungkinkan perusahaan dan institusi terkelola secara baik dan adanya kerjasama yang dapat memberikan keuntungan kepada anggota kelompok klaster tersebut. Keuntungan yang diperoleh seperti penghematan biaya produksi, penggunaan secara bersama tenaga kerja dan adanya informasi yang cepat menyebar.

3) *Collective Efficiency* (efisiensi kolektif)

Secara sederhana, efisiensi kolektif dapat dipahami sebagai penghematan biaya-biaya eksternal yang muncul dalam aktivitas industri. Efisiensi kolektif dalam klaster terkait manfaat ekonomi di luar, adanya aksi bersama dan pengkondisian kelembagaan. Manfaat

commit to user

ekonomi dari luar yang terbentuk antara lain berupa terbentuknya pasar pekerja/buruh, terbentuknya peningkatan kegiatan pelayanan dan pengembangan teknologi secara kolektif. Adanya aksi bersama dapat mendorong perkembangan klaster secara signifikan karena jaringan dan keterkaitan yang terbentuk dalam klaster. Sementara peran institusi terutama dalam proses produksi dan pemasaran akan mempercepat berkembangnya klaster karena terciptanya pola yang progresif.

Berdasarkan uraian di atas, maka sebuah klaster industri muncul dikarenakan adanya keterkaitan dan jaringan antar perusahaan dan institusi/badan terkait yang menyatu dalam klaster sehingga dapat mendorong perkembangan industri klaster itu sendiri.

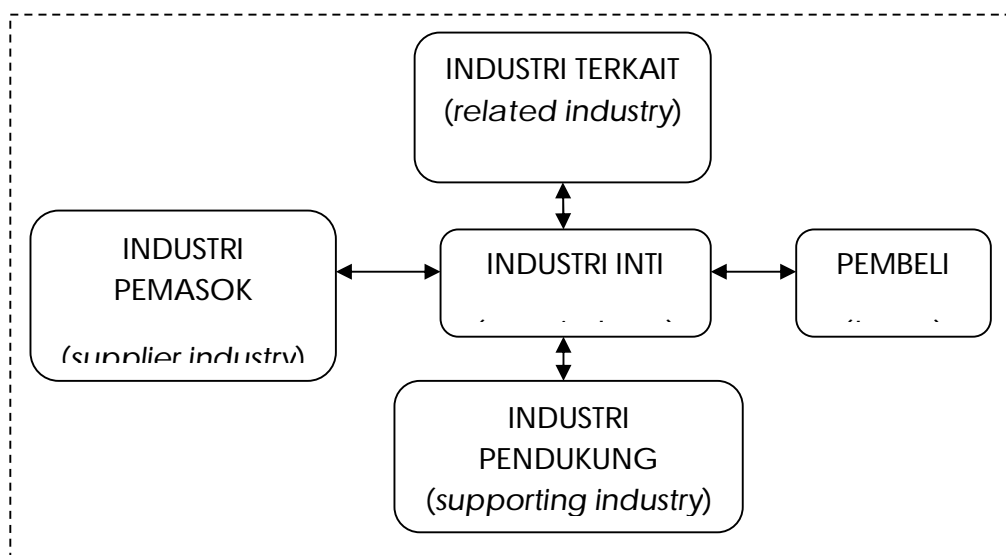
e. Keterkaitan Industri dalam Klaster

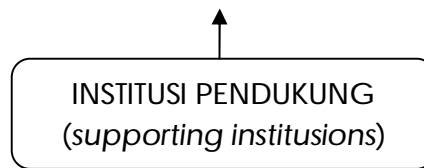
Klaster industri terdiri dari para pelaku (*stakeholder*) yang dikelompokkan menjadi industri inti, industri pemasok, industri pendukung, industri terkait, dan pembeli, serta institusi pendukung (non industri). Pelaku industri dalam klaster memiliki keterkaitan yang terbentuk secara langsung maupun tidak langsung yang nantinya akan terjadi kerjasama didalam klster itu sendiri. Menurut Kuncoro (2007) keterkaitan aktivitas industri dalam klaster dapat dikategorikan dalam keterkaitan secara horisontal dan keterkaitan secara vertikal. Keterkaitan horisontal meliputi persaingan antar pelaku ekonomi dalam merebut pasar maupun untuk mendapatkan bahan baku, sedangkan keterkaitan vertikal

meliputi kaitan belakang terhadap sumber bahan baku dan kaitan ke depan seperti daya tarik terhadap pasar.

Keterkaitan dan kerjasama antar perusahaan dalam klaster akan memberi kesempatan tumbuhnya ruang belajar secara kolektif dimana terjadi pengembangan saling tukar pendapat dan saling bagi pengetahuan secara kolektif. Jaringan bisnis diantara perusahaan, penyedia jasa layanan usaha (seperti institusi pelatihan, konsultan, broker) dan perumus kebijakan lokal, dapat mendukung pembentukan suatu visi pengembangan lokal bersama dan memperkuat pengembangan klaster.

Secara spesifik, keterkaitan antara industri inti dengan industri pemasok, industri terkait, industri pendukung, pembeli dan peran institusi pendukung dapat digambarkan pada gambar 2.2 sebagai berikut (Taufik dalam Puspita, 2010):





Gambar 2.2 Skema Klaster Industri

Beberapa pengertian dalam klaster industri antara lain sebagai berikut Sumirat (2007):

- 1) Industri inti
 - a) Industri yang merupakan fokus perhatian atau tematik dan biasanya dijadikan titik masuk kajian. Dapat berupa sentra industri
 - b) Industri yang maju (dicirikan dengan inovasi)
- 2) Industri pemasok
 - a) Industri yang memasok dengan produk khusus.
 - b) Pemasok yang khusus (spesialis) merupakan pendukung kemajuan klaster. Barang yang dipasok antara lain : bahan baku utama, bahan tambahan, aksesoris, dan sebagainya.
- 3) Pembeli
 - a) Dapat berupa distributor atau pemakai langsung
 - b) Pembeli yang sangat “penuntut” merupakan pemacu kemajuan klaster

Pembeli antara lain: distributor, pengecer, pemakai langsung, dan sebagainya.

4) Industri pendukung

a) Meliputi industri barang dan jasa, termasuk layanan pembiayaan (modal ventura, bank)

b) Industri ini antara lain: pembiayaan (modal ventura, bank), jasa (angkutan, bisnis distribusi, konsultan bisnis), infrastruktur (jalan raya, telekomunikasi, listrik), peralatan (permesinan, alat bantu), pengemasan, penyedia jasa pengembangan bisnis, dan sebagainya.

5) Industri terkait

a) Industri yang menggunakan infrastruktur yang sama.

b) Industri yang menggunakan sumber daya dari sumber yang sama (misal kelompok tenaga ahli)

Istilah terkait disini agak berbeda dengan yang dipakai sehari-hari.

Industri terkait tidak berhubungan bisnis secara langsung. Industri terkait ini antara lain: kompetitor, komplementer, substitusi, dan sebagainya.

6) Lembaga pendukung

a) Lembaga pemerintah yang berupa penentu kebijakan atau melaksanakan peran publik

b) Asosiasi profesi yang bekerja untuk kepentingan anggota

c) Lembaga pengembang swadaya masyarakat yang bekerja pada bidang khusus yang mendukung.

commit to user

Dari gambar 2.2 terlihat bahwa pada klaster terdapat rantai nilai dimulai dari pemasok bahan baku, proses produksi sampai pada pembelinya. Dalam rantai nilai terjalin keterkaitan antara perusahaan dan adanya dukungan institusi sebagai sebuah lembaga formal. Institusi pendukung memainkan peran utama sebagai penunjang aktivitas usaha klaster. Institusi-institusi yang terlibat dalam klaster ini, sebagai sebuah lembaga formal dalam mendukung perkembangan suatu klaster dapat terdiri dari perusahaan-perusahaan pendukung, pemerintah, lembaga penelitian, lembaga finansial, maupun kolaborasi institusi.

Keterkaitan dan kerjasama antar perusahaan dalam klaster akan memberi kesempatan tumbuhnya ruang belajar secara kolektif dimana terjadi pengembangan saling tukar pendapat maupun pengetahuan secara kolektif. Selain itu, pada klaster industri terdapat rantai nilai (*value chain*) mulai dari pemasok bahan baku, proses produksi sampai pada pembelinya. Dalam rantai tersebut terjalin keterkaitan antara perusahaan dan adanya dukungan institusi-institusi yang memiliki peran utama sebagai penunjang aktivitas usaha klaster industri.

Klaster industri akan tumbuh apabila ada dorongan dari pelaku pasar untuk menciptakan sebuah produk dengan inovasi terbaik. Selain itu dorongan kesamaan kepentingan untuk memanfaatkan fasilitas dari pemerintah daerah dan sarana penunjang lain juga berpengaruh pada keterkaitan pelaku klaster industri. Pada intinya setiap lembaga institusi yang ada di daerah dapat memberikan perkembangan pada klaster itu sendiri.

commit to user

4. Gambaran Umum Tanaman Kopi

Kata kopi berasal dari Inggris Coffee dan sudah mulai dipakai sejak tahun 1600an, sedangkan di Italia dinamakan Caffè, kata-kata itu berasal dari Turki, *Kahve* yang diambil dari bahasa Arab, *qahweh*. Kopi dalam bahasa Indonesia secara luas dikenal sebagai minuman yang dibuat dari biji kopi. Tumbuhan kopi diperkirakan berasal dari hutan tropis kawasan Afrika. Kopi pertama kali dikonsumsi orang diabad ke 9 di daerah dataran tinggi Ethiopia, dari sana lalu menyebar ke Mesir dan Yaman lalu diabad ke 15 menyebar ke Armenia, Persia, Turki dan Afrika Utara. Di Indonesia tanaman kopi diperkenalkan pertama kali oleh VOC pada periode tahun 1696-1699. VOC menganggap bahwa tanaman kopi cukup menguntungkan sebagai komoditi perdagangan sehingga VOC menyebarkan ke berbagai daerah agar penduduk menanamnya.

a. Jenis-jenis Kopi

Di dalam perdagangan kopi, dikenal ada beberapa golongan kopi yang sering dibudidayakan yaitu kopi Robusta, Arabika, dan Liberika. Penggolongan kopi itu umumnya berdasarkan pada spesiesnya kecuali kopi Robusta.

1) Kopi Robusta

Kopi Robusta digolongkan lebih rendah mutunya dibandingkan dengan kopi Arabika. Hampir seluruh produksi kopi Robusta di seluruh dunia dihasilkan secara kering.

2) Kopi Arabika

Kopi Arabika menghasilkan minuman kopi yang lebih baik daripada kopi Robusta karena mengandung kafein yang lebih sedikit. Kopi varietas arabika yang ditanam di dataran tinggi memiliki cita rasa dan aroma yang banyak diminati.

commit to user

3) Kopi Liberika

Kopi Liberika berasal dari Angola dan masuk ke Indonesia sejak tahun 1965. Meskipun sudah cukup lama penyebarannya tapi jumlahnya saat ini masih terbatas karena kualitas buahnya yang kurang bagus sehingga kopi ini tidak terlalu populer.

b. Manfaat Kopi

Menurut legenda, sekitar abad 9 para penggembala biri-biri di Ethiopia sudah menggunakan biji kopi untuk mengobati ternak mereka yang sakit dan meminum kopi untuk meningkatkan stamina mereka. Kopi saat ini merupakan salah satu jenis minuman yang populer di Indonesia dan dunia. Kopi sebagai minuman bisa dihidangkan dengan berbagai macam cara dan rasa. Kopi ternyata juga memainkan peranan penting dalam masyarakat di Afrika dan Yaman karena disana ada semacam upacara meminum kopi. Selain sebagai minuman, saat ini kopi juga merupakan komoditas ekspor yang sangat penting bagi Indonesia dan beberapa negara lain penghasil kopi di dunia yang menjadikan kopi sebagai penghasil devisa untuk meningkatkan perekonomian.

c. Iklim

Iklim yang diperlukan dalam usaha tani kopi adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk pertumbuhan dibutuhkan daerah yang curah hujannya sekitar 1-1.5 meter sepanjang tahun.
- 2) Ketinggian tanah juga yang baik sekitar 1300 – 1500 m dpl dengan ketinggian maksimum 2800 m.

commit to user

- 3) Temperatur sekitar 20 °C (68 °F) karena tumbuhan ini sangat tahan dengan temperatur yang rendah asal tidak bersalju.

d. Proses Pengolahan Kopi

Tahap proses pengolahan kopi bertujuan memisahkan biji kopi dari kulitnya dan pengeringan dengan kadar air 10-13 persen. Pengolahan kopi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu cara basah dan cara kering. Pengolahan secara basah biasanya memerlukan modal yang lebih besar tetapi menghasilkan mutu yang lebih baik.

1) Pengolahan Basah

Pada prinsipnya pada pengolahan kopi secara basah dalam prosesnya banyak menggunakan air. Proses ini dimulai dengan pemanenan yang baik dimana biji kopi yang akan diolah harus benar-benar matang. Kemudian biji kopi difermentasi dengan air selama kurang lebih 72 jam. Pengolahan basah dengan cara difermentasi dimaksudkan untuk membentuk unsur-unsur citarasa khas dari kopi.

2) Pengolahan Kering

Pengolahan cara kering biasanya digunakan untuk jenis Robusta karena tanpa proses fermentasi sudah dapat diperoleh mutu yang baik. Dengan metode kering, biji kopi yang telah dipetik dibentangkan pada tikar khusus dan biarkan untuk terjemur sinar matahari selama dua hingga tiga minggu. Berikut ini adalah tahap-tahap pengolahan kopi secara umum:

- a) Pemetikan biji kopi
- b) Persiapan pengeringan biji kopi
- c) Pemilihan biji kopi

commit to user

- d) pencicipan rasa dan pencampuran kopi
- e) Pembakaran biji kopi
- f) Penggilingan
- g) Pembuatan kopi agar dapat mudah larut

5. Industri Pengolahan Kopi

Menurut Undang-undang Nomor 5 tahun 1984 pasal 1 tentang perindustrian yang dimaksud dengan industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Menurut Badan Pusat Statistik industri merupakan perusahaan atau usaha industri yang merupakan satu unit (kesatuan usaha) melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab atas resiko usaha tersebut.

Menurut Badan Pusat Statistik, industri dapat dikelompokkan menjadi empat bagian berdasarkan jumlah tenaga kerja yang diperkerjakan yaitu:

- a. Industri Besar : jika mempekerjakan 100 orang atau lebih tenaga kerja
- b. Industri Sedang : jika mempekerjakan 20-99 orang tenaga kerja
- c. Industri Kecil : jika mempekerjakan 5-19 orang tenaga kerja
- d. Industri kerajinan rumah tangga : jika mempekerjakan 1-4 orang tenaga kerja

Industri pengolahan menurut Berita Resmi Statistik (2010) adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar

secara mekanis, kimia atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, dan sifatnya menjadi lebih dekat kepada pemakai akhir. Termasuk dalam kegiatan industri adalah jasa industri dan pekerjaan perakitan (*assembling*). Industri pengolahan ini meliputi semua kegiatan ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa yang bukan tergolong produk primer. Produk primer tersebut antara lain produk-produk yang tergolong bahan mentah hasil eksploitasi sumber daya alam. Pada industri pengolahan ini terjadi proses pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi.

Pengolahan kopi dilakukan melalui beberapa proses sebelum dapat dikonsumsi oleh manusia. Pengolahan kopi dapat dilakukan melalui dua cara yaitu cara basah dan cara kering. Pengolahan secara basah biasanya memerlukan modal yang lebih besar, tetapi lebih cepat dan menghasilkan mutu yang lebih baik (Najiyati dan Danarti, 1997). Proses pengolahan dimulai dari pemanenan sampai penggilingan. Serangkaian proses pengolahan biji kopi melewati beberapa tahap antara lain (Ahira, 2010):

- a. **Pemanenan dan Penanganan Pascapanen**
- b. Pemanggangan
- c. Penyimpanan
- d. Penggilingan

Beberapa tantangan yang dihadapi oleh industri pengolahan kopi di Indonesia adalah sebagai berikut (Kustiari, 2007):

- a. Perlunya menyikapi tuntutan pembangunan ekonomi domestik dan perubahan lingkungan ekonomi internasional, baik karena pengaruh

commit to user

liberalisasi ekonomi maupun karena perubahan-perubahan fundamental dalam pasar produk pertanian internasional

- b. Perlunya menyikapi perubahan pada sisi permintaan yang menuntut kualitas tinggi, kuantitas besar, ukuran seragam, ramah lingkungan, kontinuitas produk dan penyampaian secara tepat waktu, serta harga yang kompetitif. Dari sisi penawaran yang terkait dengan produksi, perlu diperhatikan masalah pengurangan luas lahan produktif, perubahan iklim serta pemanasan global, adanya penerapan bioteknologi dalam proses produksi dan pasca panen, dan aspek pemasaran.
- c. Untuk menjadikan produk olahan kopi yang mempunyai daya saing kuat, baik di dalam maupun di luar negeri dibutuhkan pengetahuan secara rinci preferensi konsumen yang berkembang, termasuk meningkatnya tuntutan konsumen akan informasi nutrisi serta jaminan kesehatan dan keamanan produk-produk pertanian.
- d. Perwujudan ekonomi dari kepedulian masyarakat akan kelestarian lingkungan dan hak asasi manusia telah memaksa masuknya aspek ini dalam keputusan ekonomi baik konsumsi, produksi maupun perdagangan.
- e. Munculnya negara-negara pesaing (*competitor*) yang menghasilkan produk sejenis semakin mempersulit pengembangan pasar kopi, baik di negara-negara tujuan ekspor tradisional (Amerika Serikat, Jerman, Jepang) maupun wilayah tujuan ekspor baru (wilayah potensial pengembangan).

commit to user

6. Penelitian Terdahulu

Penelitian Kuncoro dan Supomo (2003) yang berjudul “Analisis Formasi Keterkaitan, Pola Kluster dan Orientasi Pasar (Studi Kasus Sentra Industri Keramik Di Kasongan, Kabupaten Bantul)”, menganalisis pola kluster yang diajukan oleh Markusen (1996). Selain itu menganalisis formasi keterkaitan pasar sentra industri keramik Kasongan dan faktor-faktor yang mempengaruhi orientasi pasar domestik atau luar negeri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan mengacu kepada identifikasi pola kluster model Markusen, maka pola kluster Kasongan mengikuti pola kluster Marshallian dan Hub and Spoke. Berdasarkan analisis regresi logistik, maka dapat disimpulkan bahwa variabel aktifitas berpromosi, teknologi, jumlah tenaga kerja dan umur perusahaan sangat berpengaruh dalam menentukan orientasi pasar industri keramik Kasongan. Dari hasil formasi keterkaitan/pola sentra industri keramik Kasongan pada umumnya menjalin kerja sama baik dengan pihak-pihak di dalam kluster maupun di luar kluster.

Suryani (2007), mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Jasa Letter Di Kalilarangan Surakarta”. Penelitian ini menggunakan modal usaha, pengalaman usaha, tingkat pendidikan, dan letak usaha sebagai variabel independen. Variabel dependen adalah keberhasilan usaha yang diukur dengan tingkat keuntungan yang diperoleh selama menjalankan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal usaha, dan pengalaman usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha jasa letter. Berdasarkan hasil Uji t

variabel tingkat pendidikan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Giyanto (2010), mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Tingkat pendidikan, Pengalaman Usaha, Jangkauan Pemasaran dan Krisis Ekonomi terhadap Keberhasilan Batik Di Kampung Batik Kliwonan Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen”. Penelitian ini menggunakan Permodalan, tenaga kerja, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, jangkauan pemasaran, dan krisis ekonomi sebagai variabel independen. Variabel dependen adalah keberhasilan usaha yang diukur dengan berdasarkan pendapatan bersih yang diterima selama sebulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serentak modal usaha, tenaga kerja, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, jangkauan pemasaran dan krisis ekonomi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha batik. Secara parsial besarnya modal usaha, jumlah tenaga kerja, pengalaman usaha, dan krisis ekonomi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha batik di Desa Kliwonan Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen.

Dhaneswara APP (2010), melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan *Coffee Shop* Di Surakarta”. Penelitian ini menggunakan modal, jumlah tenaga kerja, jam kerja, fasilitas, dan promosi sebagai variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini keuntungan *Coffee Shop*. Hasil penelitian menunjukkan jumlah tenaga kerja, fasilitas, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keuntungan *Coffee Shop*. Variabel modal usaha dan jam kerja tidak berpengaruh terhadap keuntungan yang didapat *Coffee Shop*. Secara bersama-sama kelima variabel

commit to user

modal, jumlah tenaga kerja, jam kerja, fasilitas dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keuntungan *Coffee Shop* di Surakarta.

7. Kerangka Pemikiran

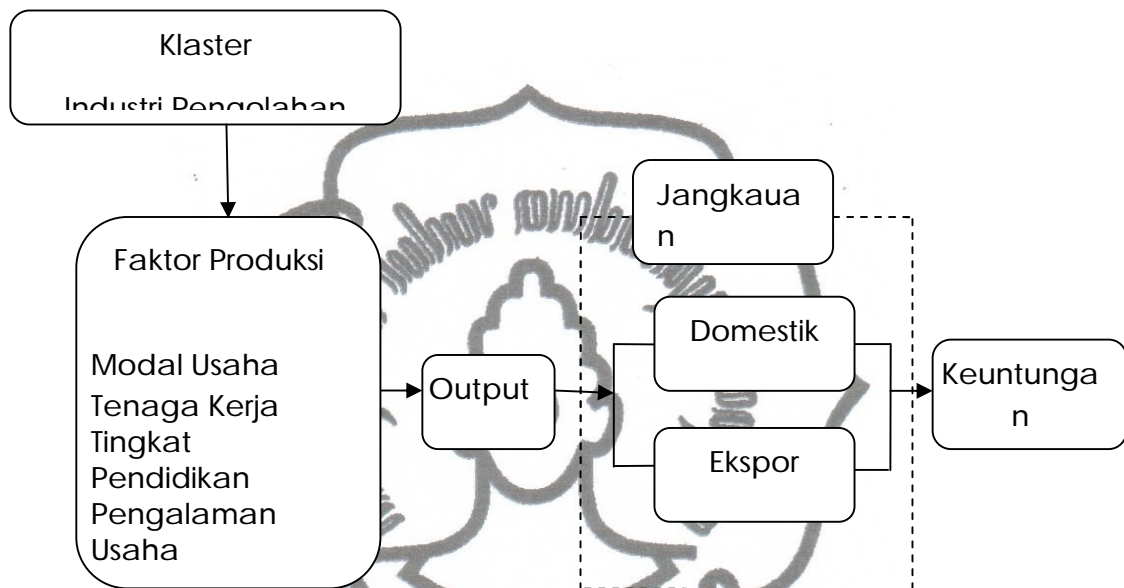
Industri merupakan suatu aktivitas ekonomi yang tidak terlepas dari kondisi konsentrasi geografis. Konsentrasi aktivitas ekonomi dalam suatu negara menunjukkan bahwa industrialisasi merupakan suatu proses selektif dipandang dari dimensi geografis. Klaster merupakan cerminan konsentrasi geografis suatu kelompok industri yang sama. Klaster industri pada dasarnya merupakan kelompok aktivitas produksi yang amat terkonsentrasi secara spasial dan umumnya berspesialisasi hanya pada satu atau dua industri (Kuncoro, 2007). Sementara itu, industri pengolahan kopi merupakan klaster yang terdapat di Kabupaten Temanggung.

Industri dapat berkembang dengan baik jika memiliki faktor produksi yang mencukupi proses produksi dan jangkauan pemasaran yang tepat bagi pemasaran produknya. Faktor produksi dan jangkauan pemasaran memiliki keterkaitan yang kuat diantara keduanya. Tingkat perkembangan industri dilihat dari banyaknya modal, banyaknya menyerap tenaga kerja dan banyaknya produk yang dapat dijual.

Tujuan utama industri pengolahan kopi yaitu memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Faktor-faktor yang mendukung meningkatnya keuntungan usaha antara lain modal usaha, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, Kemitraan Usaha, dan teknologi. Jangkauan pemasaran merupakan daerah tujuan pengusaha untuk memasarkan produk demi memperoleh keuntungan. Jangkauan pemasaran ada dua yaitu jangkauan

commit to user

pemasaran domestik dan jangkauan pemasaran ekspor. Jadi, faktor produksi dan jangkauan pemasaran merupakan salah satu cara pengusaha untuk mendapatkan keuntungan usaha. Secara sederhana kerangka pemikiran dapat disajikan dalam gambar 2.3.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

B. Hipotesis

1. Diduga modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, tingkat pendidikan, kemitraan usaha, teknologi, dan jangkauan pemasaran berpengaruh terhadap keuntungan usaha pada kluster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.
2. Diduga ada perbedaan produksi, biaya, dan keuntungan usaha antara pengusaha yang menggunakan jangkauan pemasaran domestik dan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor pada kluster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan di Kabupaten Temanggung, yaitu di beberapa kecamatan yang merupakan daerah klaster industri pengolahan kopi. Unit analisis penelitian ini adalah para pengusaha industri pengolahan kopi pada klaster yang berada di Kabupaten Temanggung.

commit to user

B. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yang digunakan antara lain mengenai identitas responden, identitas usaha, data faktor produksi, data jangkauan pemasaran dan data keuntungan usaha. Sumber data dalam penelitian ini adalah para pengusaha industri pengolahan kopi.

b. Data Sekunder

Data sekunder berupa data statistik gambaran umum Kabupaten Temanggung dan data jumlah populasi penelitian yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Temanggung, Departemen Perindustrian dan beberapa instansi yang terkait serta dari berbagai sumber kepustakaan lain.

C. Teknik Pengambilan Sampling

Populasi dalam penelitian adalah semua industri pengolahan kopi yang terdapat dalam klaster di Kabupaten Temanggung. Jumlah semua pengusaha industri pengolahan kopi adalah 136 orang yang berada di dalam klaster dan tersebar di 4 kecamatan di Kabupaten Temanggung seperti terlihat dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1 Jumlah Pengusaha di dalam Klaster Industri Pengolahan Kopi

Kecamatan	Populasi	Sampel
Gemawang	41	30
Candiroto	35	26

commit to user

Kandangan	32	22
Jumo	28	22
Jumlah	136	100

Sumber : Badan Pusat Statistik (2010)

Dalam menentukan sampel, digunakan pemilihan secara acak (*random*) artinya setiap anggota dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel. Penentuan jumlah sampel berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin yaitu sebagai berikut (Sevilla, 1993 : 161) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{136}{1 + 136(0,10)^2}$$

$$n = \frac{136}{1,36}$$

$$n = 100$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis atau batas kesalahan yang diinginkan yaitu sebesar 10%

Sampel akan diambil dari 4 kecamatan yang ada di Kabupaten Temanggung. Pengambilan sampel sebanyak 100 pengusaha industri pengolahan kopi. Penentuan jumlah sampel untuk setiap kecamatan yaitu Kecamatan Gemawang sebanyak 30 sampel, Kecamatan Candiroto sebanyak 26 sampel, Kecamatan Kandangan sebanyak 22 sampel dan Kecamatan Jumo sebanyak 22 sampel.

commit to user

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai atau tanya jawab dengan sampel yang menjadi responden. Proses wawancara menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Selain itu, data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan dari literatur tertulis yang terkait dengan penelitian ini.

E. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keuntungan usaha (LNKU). Keuntungan usaha adalah laba yang didapat pengusaha selama menjalankan kegiatan usahanya, dihitung berdasarkan penerimaan total yang diterima dikurangi pengeluaran/biaya total yang dikeluarkan pada saat proses produksi per musim. Penerimaan total adalah seluruh penerimaan yang diterima dari jumlah produksi dikalikan dengan harga produksinya. Biaya total adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi, terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan mesin, gaji pegawai, penyusutan peralatan, biaya transportasi, biaya pengolahan, dan biaya lain-lain. Biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, upah tenaga kerja, dan sebagainya. Variabel ini dinyatakan dalam satuan Rupiah per satu musim panen.

b. Variabel Bebas (Independen)

1) Modal Usaha (LNMO)

Modal usaha adalah modal operasional yang dikeluarkan pengusaha pada saat melakukan proses produksi dalam satu musim. Modal usaha terdiri dari modal sendiri dan modal pinjaman. Modal sendiri merupakan modal yang berasal dari miliknya sendiri. Modal pinjaman merupakan modal yang dipinjam dari pihak lain, misalnya bank, perorangan dan sebagainya. Variabel ini dinyatakan dalam satuan Rupiah per satu musim panen.

2) Pengalaman Usaha (LNPU)

Pengalaman usaha adalah lamanya pengusaha menjalankan usaha pengolahan kopi, diukur dalam satuan tahun.

3) Tenaga Kerja (LNTK)

Tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan dan berkontribusi dalam usaha tersebut, dinyatakan dalam satuan orang per satu kali proses produksi.

4) Tingkat Pendidikan (D_1)

Tingkat pendidikan adalah tingkat pendidikan formal yang ditamatkan. Tingkat pendidikan dalam penelitian ini dibedakan dalam 2 kategori yaitu tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas ke atas dan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama ke bawah. Tingkat pendidikan dinyatakan dalam variabel *dummy* yaitu :

$D_1 = 1$: Tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas keatas

$D_1 = 0$: Tingkat pendidikan Sekolah Mengah Pertama kebawah

5) Kemitraan Usaha (D_2)

commit to user

Kemitraan usaha adalah jalinan kerjasama usaha yang terwujud dalam strategi bisnis yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan. Kemitraan usaha dilihat pada kemauan pengusaha untuk melakukan kerjasama dengan orang lain dalam satu kawasan.

Pengusaha yang memiliki kemitraan usaha dapat dilihat dari keikutsertaan dalam kelompok pengusaha atau kelompok petani kopi.

Pengusaha yang tidak memiliki kemitraan usaha dapat dilihat dari ketidakikutsertaan pengusaha dalam kelompok-kelompok pengusaha sehingga lebih banyak melakukan proses produksi atau pemasaran sendiri. Kemitraan usaha dinyatakan dalam variabel *dummy* yaitu:

$D_2 = 1$: Memiliki Kemitraan Usaha

$D_2 = 0$: Tidak Memiliki Kemitraan Usaha

6) Teknologi (D_3)

Teknologi adalah alat atau cara yang digunakan pengusaha dalam pengolahan kopi. Teknologi ini dibedakan dalam 2 kategori yaitu tradisional dan modern. Teknologi yang masih tradisional dilihat dari cara pengusaha yang masih menggunakan alat-alat secara manual. Teknologi modern dilihat dari cara pengusaha mengolah bahan baku menggunakan alat-alat yang sudah modern. Teknologi dinyatakan dalam variabel *dummy* yaitu ;

$D_3 = 1$: Modern

$D_3 = 0$: Tradisional

7) Jangkauan Pemasaran (D_4)

commit to user

Jangkauan pemasaran merupakan kesanggupan suatu industri untuk dapat memasarkan produknya pada konsumen dimanapun tempatnya. Jangkauan pemasaran dibedakan dalam 2 kategori yaitu jangkauan pemasaran ekspor dan jangkauan pemasaran domestik. Jangkauan pemasaran domestik dilihat dari pengusaha yang masih memasarkan di dalam negeri khususnya daerah Kabupaten Temanggung dan Propinsi Jawa Tengah. Jangkauan pemasaran ekspor dilihat dari pengusaha yang sudah memasarkan ke luar negeri. Jangkauan pemasaran dinyatakan dalam variabel *dummy* yaitu :

$D_4 = 1$: Jangkauan Pemasaran Ekspor

$D_4 = 0$: Jangkauan Pemasaran Domestik

F. Alat Analisis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji hipotesis satu. Bentuk matematis regresi linear berganda yang diestimasi dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$\text{LNKU} = b_0 + b_1 \text{LNMO} + b_2 \text{LNPU} + b_3 \text{LNTK} + b_4 D_1 + b_5 D_2 + b_6 D_3 + b_7 D_4$$

Keterangan:

LNKU = Keuntungan Usaha

LNMO = Modal Usaha

LNPU = Tenaga Kerja

LNTK = Pengalaman usaha

D_1 = Tingkat Pendidikan (Perguruan tinggi dan Sekolah Menengah Atas $D_1 = 1$, Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Dasar $D_1 = 0$)

D_2 = Kemitraan Usaha (Memiliki kemitraan usaha $D_2=1$, tidak memiliki kemitraan usaha $D_2=0$,)

D_3 = Teknologi (Modern $D_3=1$, tradisional $D_3= 0$)

D_4 = Jangkauan pemasaran (ekspor $D_4 = 1$, Domestik $D_4 = 0$)

b_0 = Konstanta

b_1 - b_7 = Koefisien regresi

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik dalam sebuah persamaan model regresi. Dalam model regresi linear terdapat faktor pengganggu, model yang baik mengharapkan faktor-faktor pengganggu tidak muncul. Ada tidaknya faktor pengganggu dalam suatu model dapat diketahui dengan pengujian model tersebut.

Pengujian model digunakan uji Multikolinieritas, uji

Heteroskedastisitas, dan uji Autokorelasi.

1) Multikolinearitas

Multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi (Gujarati, 1995:157). Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Apabila nilai R^2 yang dihasilkan dalam suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen, hal ini salah satu yang menyebabkan terjadi Multikolinearitas (Ghozali, 2006:95).

Salah satu cara mendeteksi adanya Multikolinearitas di dalam model regresi yaitu dengan *auxiliary regression* antar variabel.

Kriterianya adalah jika R^2 *auxiliary regression* lebih tinggi dari R^2 persamaan utama, maka didalam regresi tersebut terdapat Multikolinearitas (Ghozali, 2006:98). Sebaliknya jika R^2 persamaan utama lebih tinggi dari R^2 *auxiliary regression*, maka didalam regresi tersebut tidak terdapat Multikolinearitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual dengan variabel independennya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika beda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006:125)

Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan Uji LM ARCH. Jika regresi tersebut menghasilkan probabilitas diatas 0,10 maka variabel bebas tersebut tidak signifikan pada tingkat $\alpha = 10\%$. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa pada tingkat $\alpha = 10\%$ semua koefisien regresi tidak signifikan yang berarti tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antara variabel serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam data *time series*) atau ruang (seperti dalam data *cross sectional*). Dalam model regresi linear klasik mengasumsikan bahwa autokorelasi tidak terdapat dalam distubansi atau gangguan. Secara sederhana dapat dikatakan model klasik mengasumsikan bahwa unsur gangguan yang berhubungan dengan observasi tidak dipengaruhi oleh unsur distubansi atau gangguan yang berhubungan dengan pengamatan lain (Gujarati, 1995:201).

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena adanya observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2006:99). Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan uji Breusch

& Godfrey Test (*BG test*) (Aisyah, 2007). Langkah-langkah pengujian ini adalah:

- a) Estimasi persamaan regresi untuk mendapatkan nilai residual (u_t).
- b) Regresi u_t terhadap variabel bebas dan u_{t-1}, \dots, u_{t-p}
- c) Hitung $(n-p) R^2 - X^2$. Jika lebih besar dari tabel chi-square dengan df p, menolak hipotesa bahwa setidaknya ada satu koefisien autokorelasi yang berbeda dengan 0.

Apabila regresi dilakukan dengan menggunakan Eviews maka dapat dilihat dari nilai probabilitasnya. Apabila nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,10 maka hipotesis yang menyatakan pada model tidak terdapat autokorelasi ditolak. Berarti model lolos dari masalah autokorelasi.

b. Uji Statistik

Selain menganalisis hubungan variabel bebas dengan variabel tidak bebas, maka akan diadakan pengujian terhadap hipotesis. Teori pengujian hipotesis berkenaan dengan pengembangan aturan atau prosedur untuk memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis. Pengujian-pengujian yang dilakukan antara lain dengan uji F, uji determinasi (R^2), dan uji t.

1) Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2006:88).

Langkah-langkah dalam melakukan uji F adalah :

commit to user

a) Menentukan hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = 0$ (variabele independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen)

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 \neq b_7 = 0$, (variabele independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen)

b) Menentukan nilai α

c) Melakukan perhitungan nilai t seperti berikut:

$F_{\text{tabel}} = F_{\alpha ; (n - k); (k - 1)}$

Keterangan : α = derajat signifikansi

n = banyaknya data yang digunakan

k = banyaknya parameter atau koefisien regresi

plus konstanta

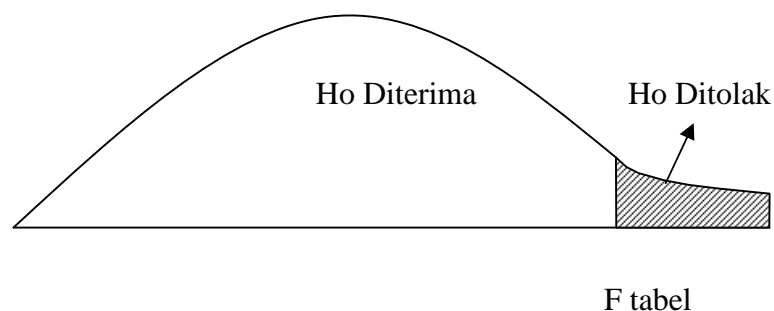
$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinan berganda

k = banyaknya parameter total yang dipakai

n = banyaknya data yang digunakan



commit to user

Gambar 3.1 Daerah Kritis Uji F

d) Kriteria Pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

e) Kesimpulan

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak. Artinya koefisien regresi variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Artinya koefisien regresi variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar

antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2006:87). Tingkat ketepatan regresi ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) yang besarnya antara $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi 0 berarti variabel-variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel-variabel independen semakin besar.

Menurut Gujarati dalam Ghozali (2006:88) jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka adjusted $R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka adjusted $R^2 = (1 - k) / (n - k)$. Jika $k > 1$, maka adjusted R^2 akan bernilai negatif.

3) Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006:88). Uji t dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a) Menentukan hipotesis

$H_0 = \beta_i = 0$ (variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen)

$H_a = \beta_i > 0$ (variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen)

$i =$ Variabel ke 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

b) Menentukan nilai α

- c) Melakukan perhitungan nilai t seperti berikut :

$$t_{\text{tabel}} = \frac{\alpha}{2}; df = n - k$$

Keterangan : α = derajat signifikansi

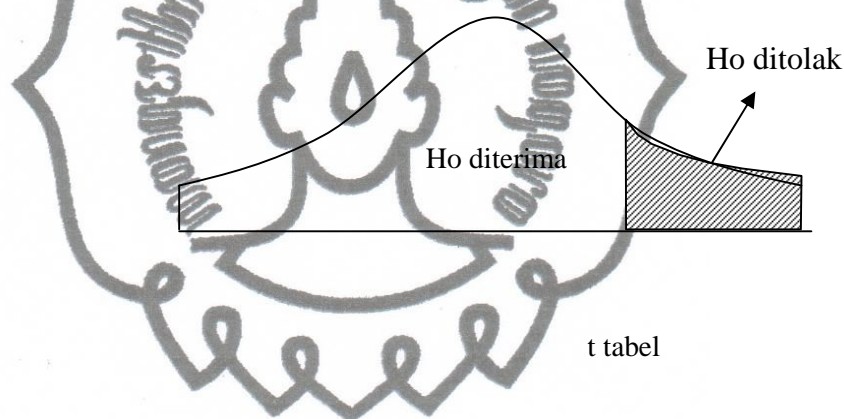
n = banyaknya data yang digunakan

k = banyaknya parameter regresi plus konstanta

$$t_{\text{hitung}} = t = \frac{\beta}{Se(\beta_1)}$$

Keterangan β_1 = koefisien regresi variabel ke-1

Se = standar error



Gambar 3.2 Daerah Kritis Uji t

- d) Kriteria Pengujian

H_0 diterima apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

- e) Kesimpulan

Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima H_a ditolak. Artinya koefisien regresi variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Artinya koefisien regresi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

2. Analisis Uji Beda Dua Mean

Menguji perbedaan produksi, biaya, dan keuntungan usaha antara pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik dan jangkauan pemasaran ekspor pada klaster industri pengolahan kopi, dilakukan uji beda dua mean dengan langkah-langkah sebagai berikut (Djarwanto, 1993:184):

a. Peramalan Hipotesis:

$$H_0 : X_{1i} = X_{2i}$$

$$H_a : X_{1i} \neq X_{2i}$$

Keterangan

X_1 : Nilai rata-rata variabel i dari pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor

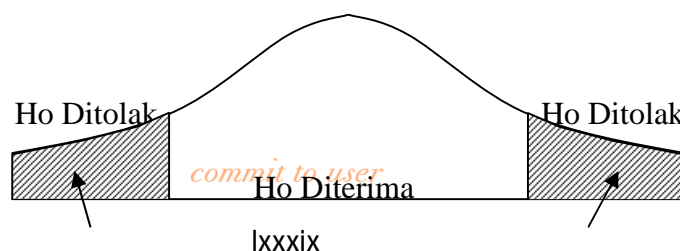
X_2 : Nilai rata-rata variabel i dari pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik

i : 1, 2, 3 dimana 1 = Produksi, 2 = Biaya, 3 = Keuntungan

b. Level of Significance

$$(\alpha) = 0,10 \text{ dan } t(\alpha/2; n-1)$$

c. Peraturan Pengujian



-t tabel

t tabel

Gambar 3.3 Daerah Kritis Uji t

H_0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

d. Perhitungan nilai t

$$t = \frac{X_{1i} - X_{2i}}{\sqrt{\left\{ \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \right\} \left\{ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right\}}}$$

$$S = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

Keterangan :

X_{1i} : Nilai rata-rata variabel i dari pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor

X_{2i} : Nilai rata-rata variabel i dari pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik

S_{1i} : Standar deviasi variabel i pada pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor

S_{2i} : Standar deviasi variabel i pada pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik

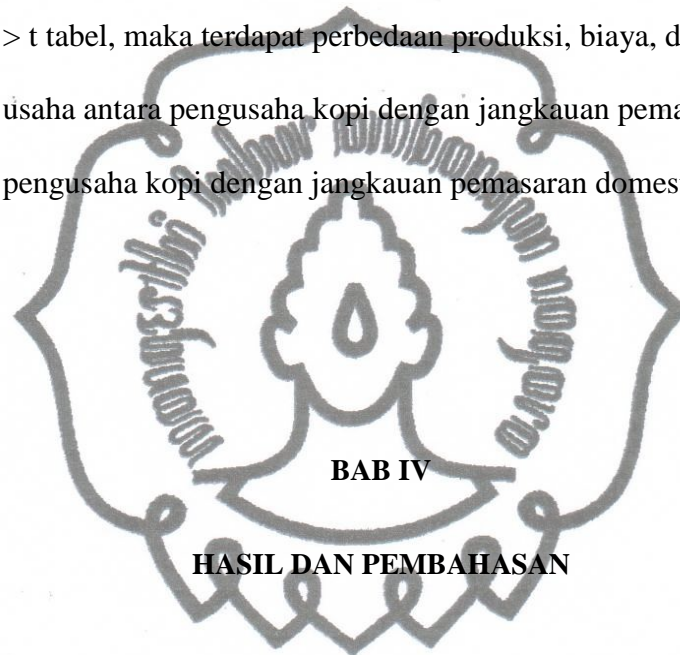
n_1 : Jumlah pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor

n_2 : Jumlah pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik

i : 1 = Produksi, 2 = Biaya, 3 = keuntungan

e. Kesimpulan

H_0 diterima atau ditolak. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat perbedaan produksi, biaya, dan keuntungan usaha antara pengusaha kopi dengan jangkauan pemasaran ekspor dan pengusaha kopi dengan jangkauan pemasaran domestik. H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat perbedaan produksi, biaya, dan keuntungan usaha antara pengusaha kopi dengan jangkauan pemasaran ekspor dan pengusaha kopi dengan jangkauan pemasaran domestik.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Temanggung

1. Letak Geografis

Secara geografis Kabupaten Temanggung terletak antara $110^{\circ} 23' - 110^{\circ} 46' 30''$ Bujur Timur dan $7^{\circ} 14' - 7^{\circ} 32' 35''$ LS. Kabupaten Temanggung memiliki luas wilayah 87.065 ha dengan bentang Barat ke Timur sepanjang 43 Km dan bentang Utara ke Selatan sepanjang 34 Km, mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : berbatasan dengan Kabupaten Kendal dan
Kabupaten Semarang
xci

Sebelah Selatan : berbatasan dengan Kabupaten Magelang

Sebelah Barat : berbatasan dengan Kabupaten Wonosobo

Sebelah Barat : berbatasan dengan Kabupaten Semarang dan
Kabupaten Magelang

Wilayah Kabupaten Temanggung sebagian besar merupakan dataran dengan ketinggian antara 500m-1450m di atas permukaan laut. Keadaan tanah sekitar 50 persen dataran tinggi dan 50 persen dataran rendah. Daerah Kabupaten Temanggung pada umumnya berhawa dingin dimana udara pegunungan berkisar antar 20° C sampai dengan 30° C. Daerah berhawa sejuk terutama di daerah Kecamatan Tretep, Bulu (lereng Gunung Sumbing), Tembarak, Ngadirejo, dan Candiroti. Selain itu, Kabupaten Temanggung dibagi menjadi 20 kecamatan yang ditunjukkan pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Luas Wilayah Seluruh Kecamatan di
Kabupaten Temanggung

No	Kecamatan	Luas Wilayah (ha)	Prosentase (%)
1.	Parakan	2.223	2,55
2.	Kledung	3.221	3,70
3.	Bansari	2.254	2,59
4.	Bulu	4.304	4,94
5.	Temanggung	3.339	3,84

6.	Tlogomulyo	2.484	2,85
7.	Tembarak	2.684	3,08
8.	Selopampang	1.729	1,99
9.	Kranggan	5.761	6,62
10.	Pringsurat	5.728	6,58
11.	Kaloran	6.392	7,34
12.	Kandangan	7.836	9,00
13.	Kedu	3.496	4,02
14.	Ngadirejo	5.331	6,12
15.	Jumo	2.932	3,37
16.	Gemawang	6.711	7,71
17.	Candiroto	5.994	6,88
18.	Bejen	6.884	7,91
19.	Tretep	3.365	3,86
20.	Wonoboyo	4.398	5,05
	Jumlah	87.065	100

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2010)

2. Aspek Demografi

commit to user

a. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk merupakan faktor penting dalam pelaksanaan pembangunan di Kabupaten Temanggung karena penduduk memiliki peran sebagai pelaksana di dalam pembangunan itu. Penduduk yang besar akan menjadi potensi Sumber Daya Manusia yang baik jika dilakukan pembinaan, sehingga memiliki kuantitas dan kualitas yang mendukung pembangunan daerah. Jumlah penduduk Kabupaten Temanggung dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Jumlah penduduk Kabupaten Temanggung
Tahun 2000-2009

Tahun	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
2000	326.551	333.250	659.801
2001	329.404	335.982	665.386
2002	331.283	337.727	669.010
2003	333.803	340.109	673.912
2004	339.364	344.176	683.540
2005	344.825	348.518	693.343
2006	350.055	353.291	703.346
2007	353.371	355.972	709.343
2008	357.299	358.996	716.295

commit to user

2009	360.112	361.975	722.087
------	---------	---------	---------

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2010)

Jumlah penduduk Kabupaten Temanggung pada tahun 2009 adalah 722.087 jiwa yang terdiri dari 360.112 laki-laki dan 361.975 perempuan. Sejak tahun 2000 sampai dengan tahun 2009 terjadi peningkatan jumlah penduduk sebanyak 62.286 jiwa. Dilihat dari tabel 4.2 setiap tahunnya jumlah perempuan lebih banyak daripada jumlah laki-laki.

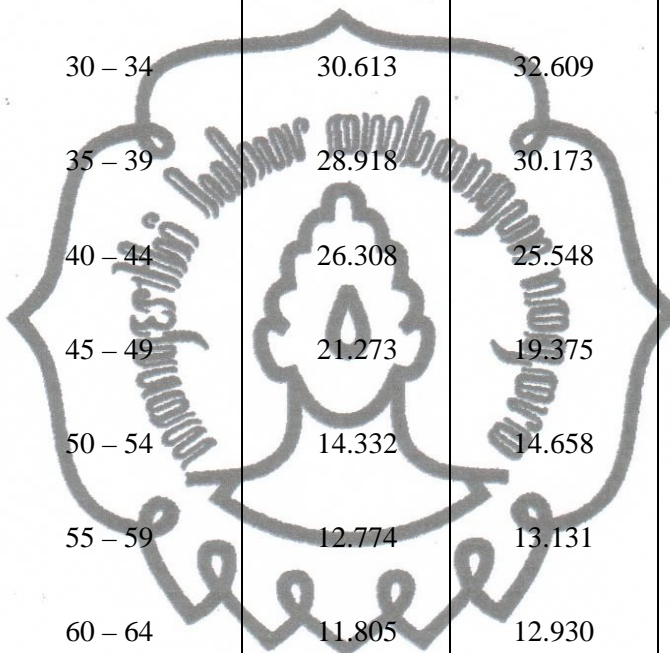
b. Jumlah Penduduk Menurut Umur

Jumlah penduduk menurut umur menunjukkan komposisi penduduk dilihat dari usia belum produktif (0-14 tahun), usia produktif (15-64 tahun) dan tidak produktif (65 tahun keatas). Jumlah penduduk Kabupaten Temanggung menurut umur dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Kabupaten Temanggung Menurut Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2009

Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
0 – 4	31.370	30.938	62.308

commit to user



5 – 9	31.482	30.695	62.177
10 – 14	33.362	31.765	65.127
15 – 19	33.948	32.379	66.327
20 – 24	30.436	31.077	61.513
25 – 29	30.297	31.952	62.249
30 – 34	30.613	32.609	63.222
35 – 39	28.918	30.173	59.091
40 – 44	26.308	25.548	51.856
45 – 49	21.273	19.375	40.648
50 – 54	14.332	14.658	28.990
55 – 59	12.774	13.131	25.905
60 – 64	11.805	12.930	24.735
65+	23.194	24.745	47.939
Jumlah	360.112	361.975	722.087

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2010)

Pada tabel 4.3 terlihat bahwa di Kabupaten Temanggung penduduk yang berusia antara 15-19 tahun merupakan kelompok penduduk dengan jumlah terbesar, yaitu sebesar 66.327 jiwa. Kelompok umur 60 – 64 tahun merupakan kelompok dengan jumlah penduduk terkecil dengan jumlah

24.735 jiwa. Selain itu, dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa mayoritas penduduk di Temanggung berada dalam usia produktif.

c. Kepadatan Penduduk

Kepadatan penduduk menunjukkan tingkat konsentrasi masyarakat pada suatu wilayah tertentu. Pada tahun 2009 jumlah penduduk di Kabupaten Temanggung mencapai 722.087 yang menempati wilayah seluas 43,89 km² dan tersebar di 20 Kecamatan. Tingkat kepadatan penduduk pada tahun 2009 yaitu 829 jiwa/km². Kecamatan yang memiliki tingkat kepadatan penduduk tertinggi yaitu di Kecamatan Temanggung dengan 2.316 jiwa/km², sedangkan tingkat kepadatan terendah di Kecamatan Bejen dengan tingkat kepadatan penduduk sebesar 291 jiwa/ km².

Tabel 4.4 Distribusi dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan
Di Kabupaten Temanggung Tahun 2009

Kecamatan	Luas (Km ²)	Jumlah Penduduk	Distribusi Penduduk (%)	Kepadatan Penduduk Per (Km ²)
Parakan	22,23	49.493	6,85	2.226
Kledung	32,21	26.541	3,68	824
Bansari	22,54	22.651	3,14	1.005
Bulu	43,04	43.567	6,03	1.012
Temanggung	33,39	77.315	10,71	2.316

commit to user

Tlogomulyo	24,84	20.793	2,88	837
Tembarak	26,84	28.060	3,89	1.045
Selopampang	17,29	18.153	2,51	1.050
Kranggan	57,61	42.807	5,93	743
Pringsurat	57,28	45.652	6,32	797
Kaloran	63,92	43.259	5,99	677
Kandangan	78,36	47.028	6,51	600
Kedu	34,96	51.942	7,19	1.486
Ngadirejo	53,31	52.424	7,26	983
Jumo	29,32	27.744	3,84	946
Gemawang	67,11	29.465	4,08	439
Candiroto	59,94	31.868	4,41	532
Bejen	68,84	20.035	2,77	291
Tretep	33,65	19.339	2,68	575
Wonobojo	43,98	23.951	3,32	545
Jumlah	870,65	722.087	100	829

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2010)

d. Jumlah penduduk Menurut Lapangan Usaha

commit to user

Penduduk menurut mata pencaharian menunjukkan bahwa karakteristik mata pencaharian atau usaha yang digeluti oleh sebagian penduduk Kabupaten Temanggung. Jumlah penduduk menurut lapangan usaha berdasarkan usia diatas 10 tahun dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Penduduk Usia 10 Tahun Ke atas yang Bekerja Menurut Lapangan Usaha Di Kabupaten Temanggung Tahun 2009

Lapangan Usaha	Jumlah	(%)
Pertanian	252.641	61,34
Industri	30.850	7,49
Bangunan	13.954	3,39
Perdagangan	52.041	12,63
Pengangkutan	10.391	2,53
Jasa-jasa	43.776	10,63
Lain-lain	8.190	1,99
Jumlah	411.816	100

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2010)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2009 total penduduk berumur 10 tahun ke atas yang bekerja sebanyak 411.816 jiwa. Lapangan usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja yaitu pada bidang pertanian yaitu 252.641 jiwa yang mencapai 61,34 % dari

seluruh jumlah penduduk yang bekerja. Hal ini dikarenakan bidang pertanian merupakan mata pencaharian utama penduduk dan Kabupaten Temanggung memiliki tanah yang subur. Selain itu bidang perdagangan, jasa-jasa dan industri memberikan lapangan usaha bagi sebagian jumlah penduduk setelah pertanian. Sebanyak 8.190 jiwa memiliki pekerjaan diluar bidang pertanian, industri, bangunan, perdagangan, pengangkutan dan jasa-jasa.

3. Aspek Perekonomian

a. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Temanggung pada 5 tahun terakhir belum stabil, hal ini terlihat pada tabel 4.6. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Temanggung pada tahun 2008 yaitu sebesar 3,54 persen. Pada tahun 2009 pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebesar 4,09 persen. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Temanggung tahun 2005-2009 dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Temanggung

Tahun 2005-2009

Tahun	Pertumbuhan Ekonomi (%)
2005	3,99
2006	3,31
2007	4,03

commit to user

2008	3,54
2009	4,09

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2009)

Pertumbuhan ekonomi menurut lapangan usaha di Kabupaten Temanggung pada tahun 2005-2009 dapat ditunjukkan pada tabel 4.7. Selama periode ini ditandai dengan mulai membaiknya perekonomian seluruh sektor ekonomi yang berhasil bangkit dengan laju pertumbuhan positif terutama pada tahun 2009. Ada dua sektor yang mengalami pertumbuhan negatif yaitu pada sektor pertambangan dan penggalian tahun 2006 (-1,18) dan sektor pertanian pada tahun 2008 (-1,07) yang disebabkan gagalnya panen pada beberapa jenis tanaman. Pada tahun 2009 sektor pertanian mengalami pertumbuhan yang signifikan yaitu sebesar 6,14 persen. Selain itu, sektor-sektor yang mengalami peningkatan cukup besar yaitu listrik dan air bersih sebesar 4,35 persen, pengangkutan dan komunikasi sebesar 4,26 persen serta perdagangan, hotel dan rumah makan sebesar 3,72 persen. Sektor yang mengalami pertumbuhan terkecil yaitu sektor pertambangan dan penggalian sebesar 0,38 persen.

Tabel 4.7 Pertumbuhan Ekonomi Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Temanggung Tahun 2005-2009

Sektor	Tahun				
	2005	2006	2007	2008	2009
1. Pertanian	5,13	1,44	4,06	-1,07	6,14
2. Pertambangan dan Penggalian	7,13	-1,18	0,25	5,38	0,38
3. Industri Pengolahan	3,69	4,63	3,26	3,89	2,03
4. Listrik dan Air Bersih	9,98	2,46	8,63	6,62	4,35
5. Bangunan	2,38	4,29	3,11	5,57	2,91
6. Perdagangan, Hotel dan Rumah Makan	5,44	4,80	4,61	4,58	3,72
7. Pengangkutan dan Komunikasi	6,09	4,26	6,60	5,87	4,26
8. Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	1,76	3,20	3,95	4,38	3,66
9. Jasa-jasa	0,18	3,69	3,84	10,03	3,81
PDRB Total	3,99	3,31	4,03	3,54	4,09

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2009)

b. PDRB

Salah satu indikator perkembangan perekonomian pada suatu daerah yaitu besarnya angka Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang dimiliki. Nilai-nilai pada PDRB dapat menunjukkan besarnya kontribusi

commit to user

masing-masing sektor terhadap tingkat perekonomian. Kontribusi suatu sektor adalah suatu peranan yang diberikan oleh masing-masing sektor terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Dari masing-masing sektor dapat digunakan untuk mengetahui indikator perubahan struktur ekonomi.

Pada tabel 4.8 menunjukkan perhitungan Produk Domestik Regional Bruto dengan harga berlaku. Perhitungan Produk Domestik Regional Bruto dengan harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga pada setiap tahun. Produk Domestik Regional Bruto atas harga berlaku digunakan untuk melihat pergeseran dan struktur ekonomi yang dihasilkan oleh suatu daerah.

Tabel 4.8 Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku Di Kabupaten Temanggung Tahun 2009 (Juta Rupiah)

Lapangan Usaha	Tahun				
	2005	2006	2007	2008	2009
1. Pertanian	832.988,45	978.740,94	1.157.267,71	1.271.594,20	1.434.561,54
2. Pertambangan dan Penggalan	38.686,42	40.479,30	42.608,63	49.106,27	52.210,61
3. Industri Pengolahan	560.110,57	637.359,54	711.652,70	788.637,80	830.775,87
4. Listrik dan Air Bersih	34.052,86	35.205,90	38.830,57	42.757,10	46.977,87
5. Bangunan	160.321,86	183.583,77	204.356,28	239.709,84	259.677,38

commit to user

6. Perdagangan, Hotel & Rumah Makan	464.514,51	535.273,06	610.356,28	692.502,94	753.667,95
7. Pengangkutan dan Komunikasi	171.462,68	188.237,80	204.914,15	233.766,50	246.832,04
8. Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	126.117,11	138.389,96	153.047,74	175.211,32	187.284,49
9. Jasa-Jasa	428.428,28	473.413,91	523.372,81	632.653,00	690.664,50
PDRB	2.816.682,42	3.210.684,18	3.645.351,52	4.125.938,97	4.502.652,25

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2009)

Pada tabel 4.8 Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga berlaku tahun 2009 mencapai Rp. 4.502.652,25 juta, jumlah ini meningkat sebesar Rp. 376.713,28 juta dari tahun sebelumnya. Sektor yang paling besar menghasilkan Produk Domestik Regional Bruto adalah sektor pertanian dengan Rp. 1.434.561,54 juta. Hal ini menunjukkan pentingnya peranan sektor pertanian bagi Kabupaten Temanggung, karena sektor tersebut memiliki tingkat lapangan usaha yang luas dan sebagai penyerap tenaga kerja. Selain itu, industri pengolahan menjadi sektor kedua terbesar yang menyumbang terhadap Produk Domestik Regional Bruto sebesar Rp. 830.775,87 juta. Sektor yang terkecil menghasilkan Produk Domestik Regional Bruto adalah sektor listrik dan air bersih Rp. 46.977,87 juta.

Tabel 4.9 menunjukkan perhitungan PDRB dengan harga konstan. Perhitungan PDRB yang dilakukan dengan harga konstan berarti dalam perhitungan telah dihilangkan pengaruh-pengaruh terhadap merosotnya nilai

mata uang. PDRB dengan harga konstan digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun.

Tabel 4.9 Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan 2000 Di Kabupaten Temanggung Tahun 2009 (Juta Rupiah)

Lapangan Usaha	Tahun				
	2005	2006	2007	2008	2009
1. Pertanian	650.067,48	659.400,70	686.154,61	678.834,70	720.499,20
2. Pertambangan dan Penggalian	21.739,21	21.481,76	21.428,69	22.582,19	22.667,38
3. Industri Pengolahan	400.966,96	419.532,74	418.977,44	450.025,73	459.157,28
4. Listrik dan Air Bersih	17.049,81	17.469,29	113.090,51	20.234,21	21.115,30
5. Bangunan	105.163,87	109.675,93	365.774,69	119.385,22	122.861,42
6. Perdagangan, Hotel & Rumah Makan	333.645,25	349.645,72	117.284,52	382.525,72	396.758,34
7. Pengangkutan dan Komunikasi	105.530,70	110.026,00	84.201,93	124.171,48	129.456,27
8. Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	78.494,14	81.004,47	84.201,93	87.887,55	91.102,23
9. Jasa-Jasa	281.515,49	291.903,63	303.118,87	333.508,82	346.206,11
PDRB	1.994.172,90	2.060.140,24	2.143.221,21	2.219.155,63	2.309.841,53

Sumber : BPS Kabupaten Temanggung (2009)

Pada tabel 4.9 Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga konstan tahun 2009 mencapai Rp. 2.309.841,53 juta, jumlah ini meningkat Rp. 90.685,9 juta. Perkembangan jumlah Produk Domestik Regional Bruto antara tahun 2005-2009 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2009 sektor yang paling banyak menghasilkan Produk Domestik Regional Bruto adalah sektor pertanian dengan nilai Rp. 720.499,20 juta. Selain itu, industri pengolahan menjadi sektor kedua terbesar yang menyumbang terhadap Produk Domestik Regional Bruto sebesar Rp. 459.157,28 juta. Sektor yang terkecil menghasilkan Produk Domestik Regional Bruto adalah sektor listrik dan air bersih Rp. 21.115,30 juta.

B. Karakteristik Responden

Dalam sub bab ini dilakukan deskripsi data yang dikumpulkan dari lapangan berdasarkan daftar pertanyaan yang dibagikan kepada pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 100 responden pengusaha industri pengolahan kopi. Dari 100 pengusaha tersebut terdiri dari pengusaha pengolahan kopi bubuk, pengusaha pengolahan kopi kering, pengusaha kopi sekaligus pedagang pengumpul, dan pengusaha kopi sekaligus petani dan pedagang kopi.

1. Umur dan Jenis Kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 100 responden pengusaha industri pengolahan kopi. Dari 100 pengusaha tersebut terdiri dari pengusaha pengolahan kopi bubuk, pengusaha pengolahan kopi kering, pengusaha sekaligus pedagang pengumpul, dan pengusaha sekaligus petani dan pedagang kopi. Tabel 4.10 menunjukkan pengelompokan responden berdasarkan umur dan jenis kelamin.

Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa jumlah responden terdiri dari 70 orang berjenis

kelamin laki-laki dan 30 orang berjenis kelamin perempuan, atau sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 70%. Persentase jumlah laki-laki paling banyak pada usia 45-49 tahun yaitu sebanyak 19 responden, sedangkan untuk perempuan persentase terbesarnya pada umur 35 - 39 tahun sebanyak 8 responden. Usia termuda yang menjadi pengusaha kopi yaitu pada usia 22 tahun sedangkan tertua berusia 70 tahun. Rata-rata usia pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi yaitu berusia 45 tahun. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa responden yang telah mencapai usia yang tidak terlalu produktif tetap dituntut untuk mencari nafkah guna memenuhi kebutuhannya.

Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan umur dan jenis kelamin yang disajikan dalam tabel 4.10.

Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

No	Kelompok umur (tahun)	Laki – laki		Perempuan		Total	
		Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen
1	20 – 24	1	1 %	0	0 %	1	1 %
2	25 – 29	0	0 %	3	3 %	3	3 %
3	30 – 34	5	5 %	1	1 %	6	6 %
4	35 – 39	8	8 %	8	8 %	16	16 %
5	40 – 44	12	12 %	2	2 %	14	14 %
6	45 – 49	19	19 %	7	7 %	26	26 %

7	50 – 54	13	13 %	4	4 %	17	17 %
8	55 – 59	4	4 %	2	2 %	6	6 %
9	60 – 64	4	4 %	3	3 %	7	7 %
10	65 – 69	1	1 %	0	0 %	1	1 %
11	70 – 74	3	3 %	0	0 %	3	3 %
Total		70	70 %	30	30 %	100	100

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

2. Jenis Usaha

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dapat diketahui jumlah responden berdasarkan jenis usaha dari masing-masing responden. Pada tabel 4.11 terdapat 100 responden pengusaha kopi, tetapi didalam responden terdapat pengusaha pengolahan kopi bubuk, pengusaha pengolahan kopi kering, pengusaha kopi sekaligus pedagang pengumpul, dan pengusaha kopi sekaligus petani dan pedagang kopi. Pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa jumlah pengusaha kopi bubuk 12 responden, jumlah pengusaha kopi kering 69 responden, pengusaha kopi sekaligus petani dan pedagang sejumlah 14 responden. Jenis usaha dengan jumlah terkecil yaitu pengusaha sekaligus pedagang pengumpul dengan jumlah 5 responden. Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah pengusaha kopi kering yaitu sebanyak 69 responden yang terdiri dari 46 responden laki-laki dan 23 responden perempuan. Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan jenis usaha yang disajikan dalam tabel 4.11.

Tabel 4.11 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Usaha dan Jenis Kelamin

Jenis Usaha	Laki - Laki		Perempuan		Total	
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen
Pengusaha Kopi Bubuk	12	12 %	0	0 %	12	12 %
Pengusaha Kopi Kering	46	46 %	23	23 %	69	69 %
Pengusaha Sekaligus Pedagang Pengumpul	2	2 %	3	3 %	5	5 %
Pengusaha Sekaligus Petani dan Pedagang	10	10 %	4	4 %	14	14 %
Total	70	70 %	30	30 %	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

3. Modal

Berdasarkan pada tabel 4.12, besarnya modal rata-rata yang dimiliki responden guna menjalankan usahanya sebagian besar antara Rp. 1 juta sampai Rp. 99 juta yaitu sebanyak 87%. Terlihat bahwa terjadi ketimpangan modal usaha antar responden dimana justru sebagian besar responden memiliki modal yang sedikit yaitu antara Rp. 1 juta sampai Rp. 99 juta . Jumlah modal yang paling sedikit hanya berjumlah Rp. 1,067 juta sedangkan yang paling besar sebesar Rp. 1.032 juta. Hal ini terjadi karena jenis usaha dalam klaster industri pengolahan kopi yang beragam sehingga modal yang digunakan dalam usahanya juga berbeda-beda antara satu responden dengan responden yang lain. Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan modal usaha yang disajikan dalam tabel 4.12.

commit to user

Tabel 4.12 Jumlah Responden Berdasarkan Modal Usaha

Modal (juta)	Jumlah	Persen
1 – 99	87	87 %
100 – 199	5	5 %
200 – 299	1	1 %
300 – 399	1	1 %
400 – 499	2	2 %
500 – 599	0	0 %
600 – 699	0	0 %
700 – 799	2	2 %
800 – 899	1	1 %
900 – 999	0	0 %
> 1000	1	1 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

4. Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha dari semua responden yang terdapat didalam klaster industri pengolahan kopi dapat dilihat pada tabel 4.13. Sebagian besar responden sudah memiliki pengalaman kerja antara 1 sampai dengan 5 tahun yaitu sebanyak 29%. Sedangkan responden yang sudah memiliki pengalaman usaha terlama yaitu antara 31 sampai dengan 35 tahun hanya sebanyak 4%. Dengan demikian dapat

dikatakan bahwa responden telah cukup berpengalaman dalam menjalankan usahanya.

Tabel 4.13 Jumlah Responden Menurut Pengalaman Usaha

Pengalaman Usaha (tahun)	Jumlah	Persen
1 - 5	29	29 %
6 - 10	26	26 %
11 - 15	17	17 %
16 - 20	10	10 %
21 - 25	9	9 %
26 - 30	5	5 %
31 - 35	4	4 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

commit to user

5. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data tingkat pendidikan pada tabel 4.14 diketahui bahwa tingkat pendidikan paling banyak ditamatkan responden adalah SD yaitu sebanyak 58 responden dan lulusan tingkat perguruan tinggi yang paling sedikit yaitu sebanyak 7 responden. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Hal inilah yang mungkin menyebabkan sebagian besar responden memiliki usaha pengolahan kopi yang masih kecil dengan tingkat keuntungan minimal. Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan tingkat usaha yang disajikan dalam tabel 4.14.

Tabel 4.14 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persen
SMP ke bawah		
SD	58	58%
SMP	14	14%
SMA ke atas		
SMA	21	21%
Perguruan Tinggi	7	7%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

6. Penggunaan Teknologi

commit to user

Berdasarkan data penggunaan teknologi pada tabel 4.15 diketahui bahwa sebagian besar responden belum menggunakan teknologi dalam pengolahan kopi (secara tradisional) yaitu sebanyak 52% sedangkan sisanya sebanyak 48% responden telah menggunakan teknologi dalam mengolah kopi. Hal ini disebabkan sebagian besar responden masih memiliki kendala dalam hal keterbatasan modal dan pengetahuan yang mengakibatkan tidak semua pengusaha kopi menggunakan teknologi dalam pengolahan kopi. Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan penggunaan teknologi yang disajikan dalam tabel 4.15.

Tabel 4.15 Jumlah Responden Berdasarkan Penggunaan Teknologi

Penggunaan Teknologi	Jumlah	Persen
Ya	48	48 %
Tidak	52	52 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

7. Kemitraan Usaha

Berdasarkan data kemitraan usaha pada tabel 4.16 diketahui bahwa sebagian besar responden telah melakukan kemitraan usaha dalam memasarkan produk kopinya yaitu sebanyak 68% sedangkan sisanya sebanyak 32% responden belum melakukan kemitraan usaha untuk memasarkan produknya. Hal ini disebabkan keterbatasan modal dan pengetahuan responden. Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan kemitraan yang disajikan dalam tabel 4.16.

commit to user

Tabel 4.16 Jumlah Responden Berdasarkan Kemitraan Usaha

Kemitraan usaha	Jumlah	Persen
Ya	68	68 %
Tidak	32	32 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

8. Jangkauan Pemasaran

Berdasarkan data jangkauan pemasaran pada tabel 4.17 diketahui bahwa sebagian besar responden memasarkan usahanya hanya di pasar domestik yang meliputi Kabupaten Temanggung dan daerah-daerah lainnya di Jawa Tengah. Sebanyak 75% responden memasarkan usahanya di pasaran domestik dan hanya 25% responden memasarkan usahanya secara ekspor. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan modal yang terbatas dan kurangnya informasi kepada responden pada mengenai pasar ekspor, selain itu faktor jarak dan adanya pembeli besar yang langsung mengambil produk langsung ke tempat produksi mempengaruhi responden untuk memilih hanya menjual produk di pasar domestik. Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan jangkauan pemasaran yang disajikan dalam tabel 4.17.

Tabel 4.17 Jumlah Responden Berdasarkan
Jangkauan Pemasaran

commit to user

Jangkauan Pemasaran	Jumlah	Persen
Domestik	75	75 %
Ekspor	25	25 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

9. Produksi

Berdasarkan data produksi pada tabel 4.18 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki jumlah produksi dibawah Rp. 199 juta yakni sebanyak 86 %. Responden dengan jumlah produksi antara Rp. 200 juta-Rp. 399 juta sebanyak 6 %. Jumlah responden yang memiliki jumlah produksi diatas Rp. 400 juta sebanyak 8 % dari total seluruh responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar produksi pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi berada dibawah Rp. 200 juta. Responden yang memiliki produksi diatas Rp. 400 juta merupakan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor. Jumlah produksi pengusaha sebagian besar berada di bawah Rp. 199 juta disebabkan oleh banyaknya pengusaha yang masih memiliki jangkauan pemasaran domestik dan modal yang masih rendah. Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan jumlah produksi yang disajikan dalam tabel 4.18.

Tabel 4.18 Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Produksi

Jumlah Produksi (juta Rupiah)	Jumlah	Persen
< 199	86	86 %

commit to user

200 – 399	6	6 %
400 – 599	2	2 %
600 – 799	1	1 %
800 – 999	2	2 %
1.000 – 1.199	2	2 %
> 1.200	1	1 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

10. Biaya

Berdasarkan data biaya pada tabel 4.19 diketahui bahwa sebagian besar responden membutuhkan biaya untuk setiap musim dibawah Rp. 150 juta yakni sebanyak 90%. Pada jumlah biaya antara Rp. 150 juta – Rp. 299 juta sebanyak 3 responden (3%). Jumlah responden yang mengeluarkan biaya diatas Rp. 300 juta yakni sebanyak 7 responden (7%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden sebagian besar memiliki jangkauan pemasaran domestik sehingga biaya yang dikeluarkan lebih sedikit. Selain itu, jumlah produksi yang masih kecil menyebabkan biaya yang dikeluarkan juga rendah. Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan jumlah produksi yang disajikan dalam tabel 4.19.

Tabel 4.19 Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Biaya

Jumlah Biaya (juta Rupiah)	Jumlah	Persen
<i>commit to user</i>		

< 149	90	90 %
150 – 299	3	3 %
300 – 449	2	2 %
450 – 599	1	1 %
600 – 749	1	1 %
750 – 899	2	2 %
> 900	1	1 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

11. Keuntungan

Berdasarkan data jumlah keuntungan pada tabel 4.20 diketahui bahwa sebagian besar responden mendapatkan keuntungan untuk setiap musim dibawah Rp. 68 juta yakni sebanyak 88%. Pada jumlah keuntungan antara Rp.69 juta – Rp.136 juta yakni sebanyak 7 responden (7%). Jumlah responden yang mendapatkan keuntungan diatas Rp. 137 juta yaitu sebanyak 5 responden (5%). Hal ini menggambarkan bahwa keuntungan yang didapat sebagian besar responden berada pada jumlah dibawah Rp. 68juta. Keuntungan pengusaha yang berkisar dibawah Rp. 68 juta disebabkan karena jangkauan pemasaran pengusaha masih berada di dalam negeri dan modal pengusaha yang masih kecil sehingga jumlah produksi juga rendah.

Berikut ini adalah jumlah responden berdasarkan jumlah produksi yang disajikan dalam tabel 4.20.

Tabel 4.20 Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Keuntungan

Jumlah Keuntungan (juta Rupiah)	Jumlah	Persentase
< 68	88	88 %
69 – 136	7	7 %
137 – 204	1	1 %
205 – 272	1	1 %
273 – 340	1	1 %
341 – 408	1	1 %
> 409	1	1 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

12. Hambatan Usaha

Hambatan usaha yang dialami oleh pengusaha, pedagang dan petani kopi di Kabupaten Temanggung secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) macam, yaitu: (i) faktor cuaca, (ii) faktor pemasaran, (iii) harga produk tidak stabil dan (iv) harga pupuk tinggi. Berikut adalah rincian karakteristik pedagang menurut hambatan yang dialami:

a. Faktor Cuaca

Faktor cuaca menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan industri kopi di Kabupaten Temanggung. Hal ini penting karena dalam proses pengolahan kopi dibutuhkan sinar matahari untuk mengeringkan biji kopi. Oleh karena itu faktor cuaca yang berubah-ubah tidak menentu dapat menjadi hambatan bagi para pengusaha kopi. Hambatan faktor cuaca disajikan dalam tabel 4.21 berikut ini.

Tabel 4.21 Jumlah Responden Berdasarkan Hambatan Faktor Cuaca

Hambatan	Jumlah	Persentase
Ada	32	32 %
Tidak Ada	68	68 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2011)

Dari tabel 4.21 di atas terlihat bahwa responden yang merasakan hambatan faktor cuaca sebanyak 32 orang atau 32% dari total responden. Sedangkan sisanya 68 orang atau sekitar 68% mengaku faktor cuaca tidak menjadi hambatan.

b. Faktor Pemasaran

Faktor pemasaran juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha kopi di Kabupaten Temanggung. Semakin baik pemasarannya maka produk yang dihasilkan akan semakin mudah dijual dan menghasilkan laba.

Tabel 4.22 Jumlah Responden Berdasarkan
commit to user

Hambatan Faktor Pemasaran

Hambatan	Jumlah	Persen
Ada	15	15 %
Tidak Ada	85	85 %
Total	100	100 %

Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Dari tabel 4.22 di atas terlihat bahwa responden yang merasa memiliki hambatan masalah pemasaran hanya sebanyak 15 orang atau 15% dari total responden. Sedangkan sisanya 85 orang atau 85% mengaku tidak mempunyai hambatan pemasaran.

c. Harga Produk Tidak Stabil

Harga produk menjadi salah satu indikator keberhasilan industri kopi. Harga produk yang tinggi dan stabil tentu akan memberikan keuntungan bagi para pengusaha kopi. Namun bagi beberapa pengusaha harga produk kopi saat ini dianggap masih tidak stabil dan menjadi salah satu hambatan bagi para pengusaha ini.

Tabel 4.23 Jumlah Responden Berdasarkan

Hambatan Harga Produk Tidak Stabil

Hambatan	Jumlah	Persen
----------	--------	--------

commit to user

Ada	34	34 %
Tidak Ada	66	66 %
Total	100	100 %

Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Dari tabel 4.23 di atas terlihat bahwa responden yang mengaku mempunyai hambatan berupa harga produk yang tidak stabil sebanyak 34 orang atau 34% dari total responden. Sedangkan sisanya 66 orang atau sekitar 66% mengaku tidak mempunyai hambatan harga produk yang tidak stabil.

d. Harga Pupuk Tinggi

Pupuk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam perkebunan kopi. Penggunaan pupuk yang bagus tentunya akan mampu menghasilkan biji kopi yang baik dan bermutu. Namun bagi sebagian pengusaha kopi, pupuk masih menjadi salah satu hambatan dalam menghasilkan kopi yang baik karena harga pupuk yang mahal dan memberatkan terutama bagi para petani kopi.

Tabel 4.24 Jumlah Responden Berdasarkan
Hambatan Harga Pupuk Tinggi

Hambatan	Jumlah	Persen
Ada	24	24 %
Tidak Ada	76	76 %
Total	100	100 %

Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Dari tabel 4.24 di atas terlihat bahwa responden yang mengaku mempunyai hambatan berupa harga pupuk yang tinggi sebanyak 24 orang atau 24% dari total responden. Sedangkan sisanya 76 orang atau sekitar 76% mengaku tidak mempunyai hambatan berupa harga pupuk yang tinggi.

C. Analisis Data dan Pembahasan

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan yaitu Modal Usaha, Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha, Kemitraan Usaha, Teknologi, dan Jangkauan Pemasaran yang mempengaruhi variabel dependen yakni keuntungan usaha. Metode regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Hasil Analisis Regresi

Tabel 4.25 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Nama Variabel	Notasi	Koefisien Regresi	Standard Error	t statistik	Probabilitas
Konstanta	c	122825,3	10447,61	11,7563	0,0000
Modal	LNKU	0,1349	0,0725	1,8619	0,0658
Pengalaman Usaha	LNPU	0,5796	0,1103	5,2561	0,0000
Tenaga Kerja	LNTK	0,0725	0,0964	0,7516	0,4542
Pendidikan	D ₁	1675,886	1623,650	1,0322	0,3047
Kemitraan Usaha	D ₂	1192,149	1546,072	0,7711	0,4426

Teknologi	D ₃	7880,245	2020,165	3,9008	0,0002
Jangkauan Pemasaran	D ₄	5176,544	2743,113	1,8871	0,0623
R-squared	0,7824				
Adjusted R-squared	0,7659				
S.E of Regresion	6486,958				
Durbin-Watson stat	2,0055				
F-statistik	47,2644				
Prob (F-stat)	0,0000				

Sumber : Analisis data primer (2011)

Berdasarkan tabel 4.25 di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 0,1349 \text{ LNMO} + 0,5796 \text{ LNPU} + 0,0725 \text{ LNTK} + 1.675,886 \text{ D}_1 + 1.192,149 \text{ D}_2 + 7.880,245 \text{ D}_3 + 5.176,544 \text{ D}_4$$

Dari hasil regresi di atas dilakukan uji asumsi klasik meliputi Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, dan Autokorelasi. Selain itu, dilakukan uji statistik yang meliputi uji F (secara bersama-sama), uji R^2 (koefisien determinasi), dan uji t (uji tiap-tiap individu secara variabel).

1) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinieritas

commit to user

Multikolineritas adalah situasi adanya korelasi variabel-variabel independen diantara satu dengan yang lainnya. Jika terdapat korelasi yang sempurna diantara sesama variabel independen sehingga nilai koefisien korelasi antar variabel independen dengan sesamanya sama dengan satu, maka konsekuensi multikolineritas adalah :

- (1) Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
- (2) Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Metode pendekatan Kautsoyiannis digunakan untuk menguji masalah Multikolineritas dalam penelitian ini. Metode pendekatan Kautsoyiannis yaitu membandingkan antara nilai R^2 regresi awal dengan R^2 pada regresi antar variabel bebas. Jika nilai R^2 regresi awal lebih tinggi dari R^2 pada regresi antar variabel bebas, maka dalam model empirik tidak terdapat multikolineritas, dan sebaliknya jika R^2 regresi awal lebih rendah dari R^2 pada regresi antar variabel bebas, maka dalam model empirik terdapat multikolineritas .

Tabel 4.26 Hasil Uji Kautsoyiannis

Persamaan Regresi	Nilai R^2
$\ln ku c \ln mo \ln pu \ln tk d1 d2 d3 d4$	0,782429
$\ln ku c \ln mo$	0,546613
$\ln ku c \ln pu$	0,534029

commit to user

Lnku c lntk	0,312754
Lnku c d1	0,103316
Lnku c d2	0,089023
Lnku c d3	0,568843
Lnku c d4	0,483971

Sumber : Analisis data primer (2011)

Dari tabel 4.26 diatas terlihat bahwa semua regresi antar variabel independen menghasilkan nilai R^2 lebih kecil dari nilai R^2 persamaan awal, sehingga dapat disimpulkan model terbebas dari masalah multikolinearitas.

b) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas terjadi jika muncul dalam fungsi regresi yang mempunyai varian yang tidak sama sehingga penaksir OLS tidak efisien baik dalam sampel kecil maupun besar (tetapi masih tetap bias dan konsisten).

Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan Uji LM ARCH. Jika regresi tersebut menghasilkan probabilitas di atas 0,10 maka variabel bebas tersebut tidak signifikan pada tingkat $\alpha = 10\%$. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa pada tingkat $\alpha = 10\%$ semua koefisien regresi tidak signifikan yang berarti tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

commit to user

Tabel 4.27 Hasil Uji LM ARCH

F-statistik	0,6017	Probabilitas	0,4398
Obs*R-squared	0,6103	Probabilitas	0,4347

Sumber : Analisis data primer (2011)

Dari tabel diatas terlihat nilai Obs*R-squared sebesar 0,6103 sedangkan nilai X^2 tabel dengan df 1 dan $\alpha = 10\%$ adalah 2,70, karena nilai Obs*R-squared < X^2 tabel maka dapat disimpulkan model terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

c) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *Breusch-Godfrey* (BG-Test) untuk menguji ada tidaknya autokorelasi. Hasil uji BG dapat dilihat pada tabel 4.23 berikut:

Tabel 4.28 Hasil Uji *Breusch-Godfrey*

F-statistik	0,0008	Probabilitas	0,9782
Obs*R-squared	0,0008	Probabilitas	0,9771

Sumber : Analisis data primer (2011)

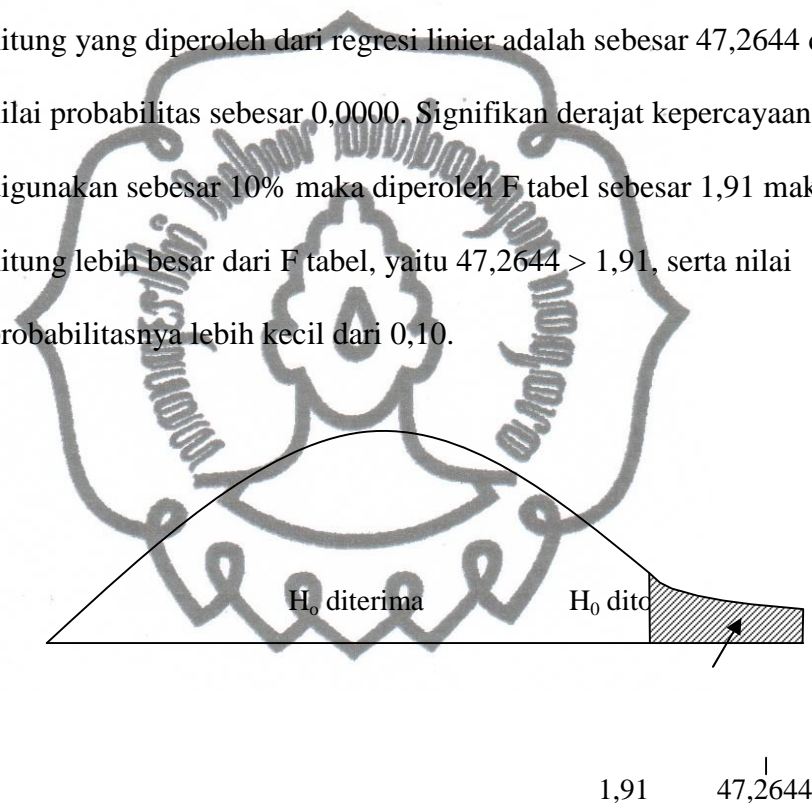
Dari hasil uji di atas, diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari probabilitas 0,10. Maka hipotesis yang menyatakan pada

model tidak terdapat autokorelasi diterima. Berarti model empirik lolos dari masalah autokorelasi.

2) Uji Statistik

a) Uji F

Uji F adalah uji untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependennya. Nilai F hitung yang diperoleh dari regresi linier adalah sebesar 47,2644 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Signifikan derajat kepercayaan yang digunakan sebesar 10% maka diperoleh F tabel sebesar 1,91 maka F hitung lebih besar dari F tabel, yaitu $47,2644 > 1,91$, serta nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,10.



Gambar 4.1 Daerah Kritis Uji F

Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, pendidikan, kemitraan usaha, teknologi, dan jangkauan pemasaran berpengaruh terhadap besar kecilnya keuntungan yang didapat pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

b) Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 dimaksudkan untuk menghitung seberapa besar variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Besarnya nilai (*Adjusted R Squared*) yang diperoleh dari regresi linear sebesar 0,7659. Nilai *Adjusted R Squared* 0,7659 menunjukkan bahwa 76,59% variasi variabel dependen (Keuntungan Usaha) dapat dijelaskan oleh variabel independen (modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, pendidikan, kemitraan usaha, teknologi, dan jangkauan pemasaran). Sisanya sebanyak 23,41% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

c) Uji t

Uji t adalah pengujian untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujiannya sebagai berikut :

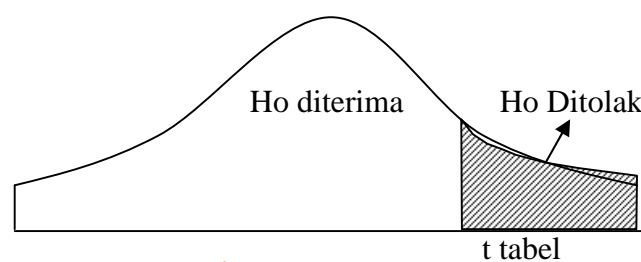
Hipotesis : $H_0 : \beta_i = 0$

$H_a : \beta_i > 0$

$i = \text{Variabel ke } 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.$

Ho diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Ho ditolak apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$



Gambar 4.2 Daerah Kritis Uji t

Dengan kriteria pengujian :

- (1) Jika H_0 diterima, maka variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen pada tingkat α .
- (2) Jika H_0 ditolak, maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen pada tingkat α .

Selain melihat t statistiknya, uji t dapat menggunakan probabilitas dari tiap-tiap variabel independennya, jika probabilitasnya $< 0,10$ berarti variabel tersebut signifikan pada taraf 10 % dan sebaliknya jika nilai signifikansinya $> 0,10$ berarti variabel tersebut tidak signifikan pada taraf 10%. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

(1) Pengaruh Variabel Modal Usaha (LNMO)

Nilai t hitung yaitu 1,8619 dan nilai t tabel 1,658 dengan derajat signifikansi 10% maka dapat disimpulkan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $1,658 < 1,8619$. Berdasarkan perhitungan nilai t hitung (1,8619) lebih besar dari t tabel (1,658) dan probabilitasnya sebesar 0,0658 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10 maka H_0 ditolak.

Kesimpulannya variabel modal usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

(2) Pengaruh Variabel Pengalaman Usaha (LNPU)

Nilai t hitung yaitu 5,2561 dan nilai t tabel 1,658 dengan derajat signifikansi 10% maka dapat disimpulkan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau

$1,658 < 5,2561$. Berdasarkan perhitungan nilai t hitung (5,2561) lebih besar dari t tabel (1,658) dan probabilitasnya sebesar 0,0000 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10 maka H_0 ditolak.

Kesimpulannya variabel pengalaman usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

(3) Pengaruh Variabel Tenaga Kerja (LNTK)

Nilai t hitung yaitu 0,7516 dan nilai t tabel 1,658 dengan derajat signifikansi 10% maka dapat disimpulkan t hitung $< t$ tabel atau $1,658 > 0,7516$. Berdasarkan perhitungan nilai t hitung (0,7516) lebih kecil dari t tabel (1,658) dan probabilitasnya sebesar 0,4542 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10 maka H_0 diterima.

Kesimpulannya variabel tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

(4) Pengaruh Variabel Pendidikan (D_1)

Nilai t hitung yaitu 1,0322 dan nilai t tabel 1,658 dengan derajat signifikansi 10% maka dapat disimpulkan t hitung $< t$ tabel atau $1,658 > 1,0322$. Berdasarkan perhitungan nilai t hitung (1,0322) lebih kecil dari t tabel (1,658) dan probabilitasnya sebesar 0,3047 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10 maka H_0 diterima.

Kesimpulannya variabel pendidikan tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

commit to user

(5) Pengaruh Variabel Kemitraan Usaha (D_2)

Nilai t hitung yaitu 0,7711 dan nilai t tabel 1,658 dengan derajat signifikansi 10% maka dapat disimpulkan t hitung $< t$ tabel atau $1,658 > 0,7711$. Berdasarkan perhitungan nilai t hitung (0,7711) lebih kecil dari t tabel (1,658) dan probabilitasnya sebesar 0,4426 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10 maka H_0 diterima.

Kesimpulannya variabel kemitraan usaha tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

(6) Pengaruh Variabel Teknologi (D_3)

Nilai t hitung yaitu 3,9008 dan nilai t tabel 1,658 dengan derajat signifikansi 10% maka dapat disimpulkan t hitung $> t$ tabel atau $1,658 < 3,9008$. Berdasarkan perhitungan nilai t hitung (3,9008) lebih besar dari t tabel (1,658) dan probabilitasnya sebesar 0,0002 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10 maka H_0 ditolak.

Kesimpulannya variabel teknologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

(7) Pengaruh Variabel Jangkauan Pemasaran (D_4)

Nilai t hitung yaitu 1,8871 dan nilai t tabel 1,658 dengan derajat signifikansi 10% maka dapat disimpulkan t hitung $> t$ tabel atau $1,658 < 1,8871$. Berdasarkan perhitungan nilai t hitung (1,8871) lebih besar dari t tabel (1,658) dan probabilitasnya sebesar 0,0623

commit to user

dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10 maka H_0 ditolak.

Kesimpulannya variabel jangkauan pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

3) Interpretasi Hasil Secara Ekonomi

a) Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keuntungan Usaha

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel modal usaha mempunyai pengaruh positif terhadap besarnya keuntungan usaha yang diperoleh oleh pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel modal usaha dengan variabel keuntungan usaha sesuai dengan hipotesis yang telah ditulis sebelumnya. Nilai koefisien regresi dari variabel modal usaha sebesar 0,1349 yang artinya apabila terjadi peningkatan jumlah modal sebesar 1% menyebabkan kenaikan keuntungan usaha sebesar 0,1349% dengan asumsi variabel yang lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa modal usaha akan mempengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh. Modal usaha yang bertambah besar dapat digunakan untuk membeli bahan baku kopi, menambah jumlah tenaga, pembelian peralatan atau mesin produksi sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi kopi yang dihasilkan oleh pengusaha industri pengolahan kopi. Jumlah produksi meningkat sehingga pendapatan naik maka jumlah keuntungan akan meningkat.

b) Pengaruh Pengalaman Usaha Terhadap Keuntungan Usaha

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel pengalaman usaha mempunyai pengaruh positif terhadap besarnya keuntungan usaha yang diperoleh oleh pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pengalaman usaha dengan variabel keuntungan usaha sesuai dengan hipotesis yang telah ditulis sebelumnya. Nilai koefisien regresi dari variabel pengalaman usaha sebesar 0,5796 yang menunjukkan jika pengalaman usaha meningkat 1% maka keuntungan pengusaha industri pengolahan kopi meningkat sebanyak 0,5796% dengan asumsi variabel yang lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman usaha akan mempengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh. Semakin lama pengusaha memiliki pengalaman usaha pengolahan kopi, semakin tinggi pula keuntungan yang dapat diperoleh. Sebaliknya semakin sedikit pengalaman usaha yang dimiliki, maka semakin kecil pula keuntungan yang didapat.

Pengusaha yang sudah memiliki pengalaman lama akan memudahkan dalam mendapatkan bahan baku dan pemasaran produksi. Pengusaha dapat memilih tempat menjual produknya jika sudah memiliki gambaran mengenai pasar industri pengolahan kopi sehingga dapat memilih tempat penjualan kopi yang tertinggi. Harga jual yang tinggi mengakibatkan keuntungan usaha meningkat.

c) Pengaruh Tenaga Kerja Terhadap Keuntungan Usaha

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap besarnya keuntungan yang diperoleh oleh

commit to user

pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel tenaga kerja dengan variabel keuntungan usaha tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Jumlah tenaga kerja tidak akan mempengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh, karena penambahan jumlah tenaga kerja belum tentu akan mempengaruhi penambahan tingkat produksi kopi sehingga hal ini akan mempengaruhi besarnya tingkat keuntungan.

d) Pengaruh Pendidikan Terhadap Keuntungan Usaha

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel pendidikan tidak berpengaruh terhadap besarnya keuntungan usaha yang diperoleh oleh pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pendidikan dengan variabel keuntungan usaha tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Dalam industri pengolahan kopi faktor pendidikan formal kurang berpengaruh, hal ini terbukti bahwa sebagian besar pengusaha yang hanya lulus sejajar tingkat Sekolah Menengah Pertama memiliki keuntungan usaha yang besar. Sebagian besar pengusaha seharusnya mendapatkan pendidikan non formal dalam bentuk pelatihan penanaman, pemanenan, dan pengolahan kopi.

e) Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Keuntungan Usaha

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel kemitraan usaha tidak berpengaruh terhadap besarnya keuntungan usaha yang diperoleh oleh pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kemitraan usaha

commit to user

dengan variabel keuntungan usaha tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Faktor kemitraan usaha pada penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap keuntungan pengusaha kopi. Hal ini disebabkan walaupun pengusaha telah memiliki kemitraan usaha yang luas tetapi belum tentu pengusaha tersebut bisa menguasai pangsa pasar yang ada, dikarenakan persaingan antar pengusaha semakin besar apabila produksi yang dihasilkan masih memiliki kualitas yang sama tanpa ada inovasi dari kemajuan teknologi. Maka dapat disimpulkan bahwa kemitraan usaha bukan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh pengusaha kopi.

f) Pengaruh Teknologi Terhadap Keuntungan Usaha

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel teknologi mempunyai pengaruh positif terhadap besarnya keuntungan usaha yang diperoleh oleh pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel teknologi dengan variabel keuntungan usaha sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Nilai koefisien regresi dari variabel teknologi sebesar 7880,245 yang menunjukkan tanda positif berarti keuntungan pengusaha dengan teknologi lebih besar dari pada pengusaha yang tidak menggunakan teknologi. Selain itu terdapat perbedaan keuntungan antara pengusaha yang menggunakan teknologi dan tidak menggunakan teknologi sebesar koefisien regresi tersebut. Bila dilihat perbedaan keuntungan sebagai berikut:

commit to user

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 7.880,245 \text{ D3}$$

D3 = 1 : bila menggunakan teknologi

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 7.880,245 (1)$$

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 7.880,245$$

$$\text{KU} = 130.705,545$$

D3 = 0 : bila teknologi masih tradisional

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 7.880,245 (0)$$

$$\text{LNKU} = 122.825,3$$

$$\text{KU} = 122.825,3$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keuntungan pengusaha dengan teknologi lebih besar daripada pengusaha yang masih mengolah secara tradisional. Dilihat dari perbedaan keuntungan usaha tersebut menunjukkan bahwa teknologi akan mempengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh. Teknologi bermanfaat dapat mempermudah proses produksi yang dilakukan pengusaha. Teknologi dalam industri pengolahan kopi berupa alat-alat penggilingan basah, penggilingan kering dan penggilingan bubuk. Pengusaha yang sudah memiliki alat pengolahan sendiri dapat menghasilkan jenis dan mutu kopi yang terbaik, sehingga nilai jual akan tinggi dan keuntungan pengusaha lebih besar.

g) Pengaruh Jangkauan Pemasaran Terhadap Keuntungan Usaha

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel jangkauan pemasaran mempunyai pengaruh positif terhadap besarnya keuntungan usaha yang diperoleh oleh pengusaha pada klaster

commit to user

industri pengolahan kopi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel jangkauan pemasaran dengan variabel keuntungan usaha sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Nilai koefisien regresi dari variabel jangkauan pemasaran sebesar 5176,544 yang menunjukkan tanda positif berarti keuntungan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor lebih besar daripada pengusaha yang menggunakan jangkauan pemasaran domestik. Selain itu, terdapat perbedaan keuntungan antara pengusaha yang menggunakan jangkauan pemasaran ekspor dan jangkauan pemasaran domestik. Bila dilihat perbedaan keuntungan sebagai berikut:

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 5176,544 D4$$

$D4 = 1$: menggunakan jangkauan pemasaran ekspor

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 5176,544 (1)$$

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 5176,544$$

$$\text{KU} = 128.001,844$$

$D4 = 0$: menggunakan jangkauan pemasaran domestik

$$\text{LNKU} = 122.825,3 + 5176,544 (0)$$

$$\text{LNKU} = 122.825,3$$

$$\text{KU} = 122.825,3$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keuntungan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor lebih besar daripada pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik.

Dilihat dari perbedaan keuntungan usaha tersebut menunjukkan

commit to user

bahwa jangkauan pemasaran akan mempengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh. Jangkauan pemasaran merupakan perilaku pengusaha untuk memperluas jangkauan penjualan produk sehingga sampai pada konsumen yang dituju. Apabila pengusaha yang sudah memiliki jangkauan pemasaran ekspor akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar karena harga jual kopi lebih mahal daripada harga pasar domestik sehingga keuntungan dapat dimaksimalkan. Berbeda dengan pengusaha yang masih menggunakan jangkauan pemasaran domestik pengusaha tidak dapat memprediksi keuntungannya karena harga kopi dalam pasar domestik cenderung tidak stabil. Dengan demikian diharapkan pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi secara perlahan mengubah dari jangkauan pemasaran domestik ke jangkauan pemasaran ekspor. Hal ini dapat dilakukan jika ada bantuan modal ringan dan promosi ke luar negeri dari pemerintah daerah atau pusat.

2. Analisis Uji Beda 2 Mean

Analisi Uji Beda 2 Mean digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan produksi, biaya dan keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi antara pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik dan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor.

a. Produksi

Rata-rata produksi pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi menurut jangkauan pemasaran dapat disajikan pada tabel 4.29.

Tabel 4.29 Rata-Rata Hasil Produksi Menurut Jangkauan

Pemasaran

Jangkauan Pemasaran	Rata-Rata Produksi (juta Rupiah)	Jumlah Pengusaha
Ekspor	389,0848	25
Domestik	28,6619	75

Sumber : Hasil analisis data primer (2011)

Keterangan : $t_{hitung} = 3,4327$; $df : 93$; $t_{tabel} = 1,658$

Berdasarkan hasil uji statistik beda dua mean atau uji t, beda rata-rata pada tingkat kepercayaan 10% (tingkat kesalahan 10%) yang ditunjukkan pada perhitungan diatas, nilai t_{hitung} sebesar 3,4327 dan nilai t_{tabel} 1,658. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,4327 > 1,658$). Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan jumlah produksi antara pengusaha industri pengolahan kopi dengan menggunakan jangkauan pemasaran ekspor dan jangkauan pemasaran domestik. Pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor menghasilkan jumlah produksi yang lebih banyak dibandingkan dengan pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik. Perbedaan tersebut disebabkan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor merupakan pengusaha dengan jumlah modal yang besar dan memiliki lebih banyak faktor produksi untuk meningkatkan produktivitasnya. Pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik yang didominasi oleh pengusaha

menengah dan rumah tangga memiliki jumlah modal dan faktor produksi yang lebih sedikit dibanding dengan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor. Dengan demikian, pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor menghasilkan jumlah produksi yang lebih banyak dibandingkan pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik.

b. Biaya

Rata-rata biaya yang dikeluarkan pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi menurut jangkauan pemasaran dapat disajikan pada tabel 4.30.

Tabel 4.30 Rata-Rata Jumlah Biaya Menurut Jangkauan Pemasaran

Jangkauan Pemasaran	Rata-Rata Biaya (juta Rupiah)	Jumlah Pengusaha
Ekspor	251,2889	25
Domestik	16,4218	75

Sumber : Hasil analisis data primer (2011)

Keterangan : $t_{hitung} = 3,0503$; $df : 93$; $t_{tabel} = 1,658$

Berdasarkan hasil uji statistik beda 2 mean atau uji t, beda rata-rata pada tingkat kepercayaan 90 % (tingkat kesalahan 10%) yang ditunjukkan pada perhitungan diatas, nilai t_{hitung} sebesar 3, 050 dan nilai t_{tabel} 1,980. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,050 > 1,658$). Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan jumlah biaya yang dikeluarkan antara pengusaha industri pengolahan

kopi dengan menggunakan jangkauan pemasaran ekspor dan jangkauan pemasaran domestik. Pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor mengeluarkan lebih banyak biaya dibandingkan dengan pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik. Perbedaan tersebut disebabkan semakin luas jangkauan pemasarannya, maka jumlah biaya yang dikeluarkan juga akan semakin banyak. Biaya yang dikeluarkan terutama untuk membeli berbagai faktor produksi yang diperlukan terutama teknologi untuk meningkatkan produktivitas. Selain itu, biaya yang dikeluarkan untuk distribusi produk juga semakin besar seiring dengan semakin luasnya jangkauan pemasaran. Dengan demikian, pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor mengeluarkan biaya yang lebih banyak dibandingkan pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik.

c. Keuntungan

Rata-rata jumlah keuntungan usaha pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi menurut jangkauan pemasaran dapat disajikan pada tabel 4.31.

Tabel 4.31 Rata-Rata Jumlah Keuntungan Menurut Jangkauan Pemasaran

Jangkauan Pemasaran	Rata-Rata Keuntungan (juta Rupiah)	Jumlah Pengusaha
Ekspor	108,0695	25

commit to user

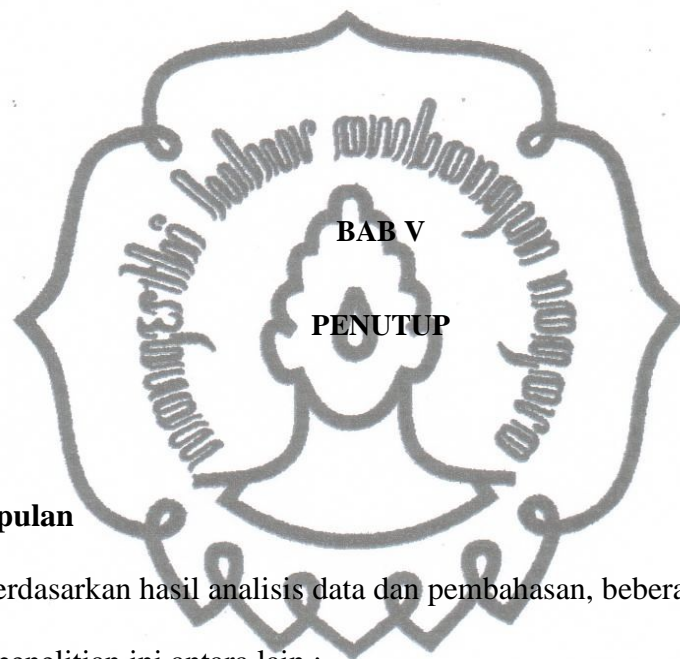
Domestik	12,1335	75
----------	---------	----

Sumber : Hasil analisis data primer (2011)

Keterangan : $t_{hitung} = 3,1445$; $df : 93$; $t_{tabel} = 1,658$

Berdasarkan hasil uji statistik beda 2 mean atau uji t, beda rata-rata pada tingkat kepercayaan 90% (tingkat kesalahan 10%) yang ditunjukkan pada perhitungan diatas, nilai t_{hitung} sebesar 3,1445 dan nilai t_{tabel} 1,658. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,1445 > 1,658$). Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan keuntungan usaha antara pengusaha industri pengolahan kopi dengan menggunakan jangkauan pemasaran ekspor dan jangkauan pemasaran domestik. Pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik. Perbedaan tersebut disebabkan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor menggunakan modal yang lebih besar untuk menghasilkan jumlah produksi yang lebih banyak dibanding pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik. Jumlah produksi yang lebih banyak ini salah satunya dihasilkan melalui penggunaan teknologi. Selain itu, pengalaman usaha juga berpengaruh terhadap pemasaran hasil produksi sehingga pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor dapat memilih pasar yang terbaik dengan harga jual yang tinggi. Dengan demikian, pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor memperoleh keuntungan yang lebih banyak dibandingkan pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik.

commit to user



A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, beberapa kesimpulan dalam penelitian ini antara lain :

1. Berdasarkan analisis regresi linier berganda maka dapat disimpulkan bahwa variabel modal usaha, pengalaman usaha, teknologi, dan jangkauan pemasaran secara bersama-sama mempengaruhi keuntungan usaha pada tingkat signifikansi 10 persen. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel modal usaha, pengalaman usaha, teknologi, dan jangkauan pemasaran berpengaruh positif terhadap keuntungan usaha. Selain itu, variabel tenaga kerja, pendidikan, dan kemitraan usaha tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung.

2. Berdasarkan uji beda dua mean maka disimpulkan bahwa terdapat perbedaan produksi, biaya, dan keuntungan usaha pada klaster industri pengolahan kopi di Kabupaten Temanggung antara pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik dan pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor. Perbedaan pada jumlah produksi, biaya dan keuntungan usaha lebih besar pada pengusaha dengan jangkauan pemasaran ekspor daripada pengusaha dengan jangkauan pemasaran domestik.

B. Saran

Beberapa saran berdasarkan hasil penelitian ini antara lain:

1. Pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi hendaknya meningkatkan modal usaha dengan cara melakukan peminjaman di bank atau koperasi. Selain itu, pemerintah Kabupaten Temanggung memberikan fasilitas untuk mempertemukan pengusaha dengan pihak perbankan agar lebih mudah dalam pemberian pinjaman modal usaha. Meningkatnya jumlah modal yang dimiliki pengusaha diharapkan dapat meningkatkan keuntungan usaha.
2. Pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi sebaiknya mendapatkan pendidikan non formal dalam bentuk pelatihan atau kursus penanaman, pemanenan, dan pengolahan kopi. Hal tersebut akan dapat membantu dalam peningkatan produksi sehingga keuntungan usaha akan bertambah. Campur tangan pemerintah daerah dalam pengadaan

pelatihan ini dapat dilakukan selama 1 tahun sekali di daerah penghasil kopi.

3. Pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi disarankan untuk memperluas kemitraan usaha sehingga dapat meningkatkan jumlah keuntungan usaha. Memperluas kemitraan usaha dapat dilakukan dari skala kelompok petani kopi di desa-desa yang nantinya diharapkan dapat memperluas sampai tingkat kecamatan. Adanya kemitraan usaha diharapkan tercipta inovasi dan kesamaan mutu biji kopi terbaik sehingga nantinya dapat meningkatkan keuntungan usaha.
4. Pengusaha pada klaster industri pengolahan kopi sebaiknya menggunakan teknologi secara modern sehingga dapat meningkatkan produktivitas untuk menambah jumlah keuntungan usaha. Selain itu, pemerintah Kabupaten Temanggung sebaiknya memberikan bantuan berupa mesin pengolahan kopi baik mesin basah, kering maupun mesin pengolahan bubuk.
5. Dalam pemasaran kopi pengusaha sebaiknya memperluas jangkauan pemasaran sampai ke pasar ekspor meskipun jumlah biaya untuk jangkauan pemasaran ekspor lebih besar namun dapat ditutupi dengan jumlah produksi yang besar sehingga keuntungan usaha tetap besar. Pengusaha yang memiliki jangkauan pemasaran ekspor dapat menjaga keunggulan kompetitif. Selain itu, pemerintah Kabupaten Temanggung sebaiknya melakukan promosi-promosi melalui pameran atau pemberian sampel-sampel produk kopi kepada pihak luar.

